

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации**

ВАСИЛЕВСКАЯ
Елизавета Андреевна

**ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА ДИЗАЙНЕРСКОЙ ОДЕЖДЫ НА
БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
Ю. Б. Федотова

Допущена к защите

«__» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И. В. Сидорская

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 53, источников – 51, приложений – 10.

БРЕНД, БРЕНДИНГ, КОММУНИКАЦИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, ИМИДЖ, КОНТЕНТ, ЛОКАЛЬНЫЙ РЫНОК

Объект исследования – молодой белорусский бренд дизайнерской одежды *Limitedminsk*.

Предмет исследования – инструменты брендинга и технологии продвижения дизайнерских брендов на рынке Республики Беларусь.

Цель работы – разработка необходимого комплекса действий и мероприятий для продвижения бренда *Limitedminsk* на рынке Республики Беларусь.

Методы исследования: основные положения и принципы методов научного обобщения и анализа научных данных, специальные методы (аналогия, классификация, индукция, дедукция, сравнение), социологические методы – анкетный опрос, контент-анализ, а также метод экспертного интервью.

Полученные результаты: проведен анализ брендинга и продвижения белорусских и зарубежных дизайнерских брендов, составлена стратегия продвижения для бренда *Limitedminsk*

Новизна темы заключается в исследовании опыта и практики существующих белорусских и зарубежных дизайнерских брендов по формированию бренда и его продвижению, с планом рекомендаций для конкретного бренда – *Limitedminsk*.

Область возможного практического применения: анализ состояния дизайнерских брендов на рынке может быть использован владельцами бизнеса или специалистами по брендингу, связям с общественностью, комплекс рекомендаций для формирования бренда, коммуникации с целевыми аудиториями применимо практически любыми компаниями, в частности брендом *Limitedminsk*.

Автор работы подтверждает достоверность исследований, а также объективность ссылок на источники, использованных в работе.

Василевская Е. А.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак – 53, крыніц – 51, прыкладанняў – 10.

БРЭНД, БРЭНДЫНГ, СУВЯЗІ, ПРАСОЎВАННЕ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ, ІМІДЖ, КАНТЭНТ, ЛАКАЛЬНЫ РЫНАК

Аб'ект даследавання – малады беларускі брэнд дызайнерскага адзення *Limitedminsk*.

Прадмет даследавання – інструменты брэндынгу і тэхналогіі прасоўвання дызайнерскіх брэндаў на рынку Рэспублікі Беларусь.

Мэта працы: распрацоўка неабходнага комплексу дзеянняў і мерапрыемстваў для прасоўвання брэнда *Limitedminsk* на лакальным рынку Рэспублікі Беларусь.

Метады даследавання: асноўныя палажэнні і прынцыпы метадаў навуковага абагульнення і аналізу навуковых дадзеных, спецыяльныя метады (аналогія, класіфікацыя, індукцыя, дэдукцыя, параўнанне), сацыялагічныя метады – анкетны апытанне, кантэнт-аналіз, а таксама метады экспертнага інтэрв'ю.

Атрыманыя вынікі: праведзены аналіз брэндынгу і прасоўвання беларускіх і замежных дызайнерскіх брэндаў, складзена стратэгія для прасоўвання брэнда *Limitedminsk*.

Навізна тэмы заключаецца ў аналізе вопыту і практыкі існуючых беларускіх і замежных дызайнерскіх брэндаў па фарміраванні брэнда і яго прасоўвання, з планам рэкамендацый для канкрэтнага брэнда – *Limitedminsk*.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: аналіз стану дызайнерскіх брэндаў на рынку можа быць выкарыстаны ўладальнікамі бізнесу або спецыялістамі па брэндынгу, сувязяў з грамадскасцю, комплекс рэкамендацый для фарміравання брэнда, камунікацыі з мэтавымі аўдыторыямі дастасавальна практычна любымі кампаніямі, у прыватнасці брэндам *Limitedminsk*.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць даследаванняў, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаных у працы.

Васілеўская Л. А.

THE ABSTRACT

Diploma work: pages - 53 sources - 51 applications - 15.

BRAND, BRANDING, COMMUNICATION, PROMOTION, TARGET AUDIENCE, POSITIONING, IMAGE, CONTENT, LOCAL MARKET

Object of research: – the young Belarusian brand of designer clothing Limitedminsk.

Subject of research – branding tools and technology promotion designer brands on the market of the Republic of Belarus.

Objective: to develop the necessary complex of actions and events to promote the brand Limitedminsk in the local market of the Republic of Belarus.

Methods: the main provisions and principles of the methods of scientific generalization and analysis of scientific data, special methods (analogy, classification, induction, deduction, comparison), sociological methods – questionnaire, content analysis and expert interview method.

Results: the analysis of the branding and promotion of Belarusian and foreign designer brands, compiled a strategy to promote the brand Limitedminsk.

The novelty of the theme is to explore experiences and practices of the existing Belarusian and foreign designer brands on the formation of the brand and its promotion, with a plan of recommendations for a particular brand – Limitedminsk.

The area of possible practical application: analysis of the position of designer brands on the market can be used by business owners or experts in branding, public relations, a set of recommendations for the formation of brand, communication with target audiences virtually any applicable companies, in particular brand Limitedminsk.

The author of the study confirms the accuracy and objectivity of the references to the sources used in this work.

Vasilevskaya E. A.
