

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

ДОБРОНИЦКАЯ
Карина Сергеевна

**БРЕНДИНГ ТОВАРОВ КЛАССА «ЛЮКС»
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 ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объём дипломной работы составил 66 страниц и включает 44 использованных источников.

ТОВАРЫ КЛАССА ЛЮКС, БРЕНДИНГ НЕДВИЖИМОСТИ, ЭЛИТНАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ЭЛИТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, ЛЮКС, АНАЛИЗ ДАННЫХ, БРЕНД ЭЛИТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ.

Объектом научного исследования дипломной работы является брендинг товаров класса «люкс».

Предметом научного исследования являются особенности построения бренда элитной недвижимости на белорусском рынке.

Целью данной научной работы является изучение понятия и процесса формирования бренда элитной недвижимости.

В качестве методов научного исследования использовались: теоретический анализ, метод сравнительного анализа, системный метод, метод экспертного интервью.

Полученные результаты и их новизна: раскрыта суть понятия такого направления как брендинг товаров класса «люкс», были изучены аспекты брендинга элитной недвижимости и его инструментарий, изучены имеющиеся практики брендинга элитной недвижимости в Беларуси и за рубежом.

Результаты проведенного исследования могут послужить основой для дальнейшего этапа внедрения и поддержки брендинга элитной недвижимости, а также полученные результаты могут выступить методологической базой для создания новых и у спешных брендов элитной недвижимости в нашей стране.

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

Доброницкая К.С. _____

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Аб'ём дыпломнай работы склаў 66 старонак, 43 крыніцы.

ТАВАРЫ КЛАСА ЛЮКС, БРЭНДЫНГ НЕРУХОМАСЦІ, ЭЛІТНАЯ НЕРУХОМАСЦЬ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ ЭЛІТНАЙ НЕРУХОМАСЦІ, ПРАСОЎВАННЕ БРЭНДА, ЛЮКС, АНАЛІЗ ДАДЗЕНЫХ, БРЭНД ЭЛІТНАЙ НЕРУХОМАСЦІ.

Аб'ектам навуковага даследавання дыпломнай работы з'яўляецца брэндынг тавараў класа «люкс».

Прадметам навуковага даследавання з'яўляюцца асаблівасці пабудовы брэнда элітнай нерухомасці на беларускім рынку.

Мэтай дадзенай навуковай працы з'яўляецца вывучэнне паняцця і працэсу фарміравання брэнда элітнай нерухомасці.

У якасці метадаў навуковага даследавання выкарыстоўваліся: тэарэтычны аналіз, параўнальны аналіз, сістэмны метада, экспертнае інтэрв'ю.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: раскрытая сутнасць паняцця такога напрамку як брэндынг тавараў класа «люкс», былі вывучаны аспекты брэндынгу элітнай нерухомасці і яго інструментарый, вывучаны практыкі брэндынгу элітнай нерухомасці ў Беларусі і за мяжой.

Вынікі праведзенага даследавання могуць паслужыць асновай для далейшага этапу ўкаранення і падтрымкі брэндынгу элітнай нерухомасці, а таксама атрыманыя вынікі могуць выступіць метадалагічнай базай для стварэння новых і ўспешных брэндаў элітнай нерухомасці ў нашай краіне.

Аўтар работы пацвярджае пэўнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаных у працы.

Дабраіцкай К.С. _____

GRADUATE THESIS SUMMARI

This graduate work consists of 66 pages and includes 44 used sources.

LUXURY GOODS, BRANDING OF REAL ESTATE, ELITE REAL ESTATE, TARGET AUDIENCE OF THE ELITE REAL ESTATE, LUXURY BRAND PROMOTION, DATA ANALYSIS, ELITE REAL ESTATE'S BRAND.

The object of scientific research in this graduate work is a branding of luxury goods.

The subject of scientific research are features of building a brand of elite real estate on Belarusian market.

The target of this graduate work is to study the concept and process of elite real estate brand' formation.

The following methods of scientific research were used: theoretical analysis, comparative analysis, system method, expert interview method.

The results and their novelty: the essence of the concept of direction as luxury goods branding, there were studied aspects of elite real estate branding and its tool. Also, there were studied the existing practices of elite real estate branding in Belarus and abroad.

The results of the research can be as the basis for the further stage of implementation and support of elite real estate branding.

The author of the paper confirms the reliability of the research with the objectivity of references to sources used in the graduate work.

Dobronitskaya K.S. _____