

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации**

КАНДРАЛЬ
Юлия Николаевна

**ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ
(на примере ООО «Порфира»)**

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:
старший преподаватель
М.С. Терещенко

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем дипломной работы составляет 60 страниц и включает 8 иллюстраций, 1 таблицу, 1 формулу, 7 приложений и 59 использованных источников.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: БРЕНД, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, РЕКЛАМА, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА, ИМК, ПРОДВИЖЕНИЕ, ПРЯМОЙ МАРКЕТИНГ.

Объект исследования – бренд женской одежды «Порфира». Предмет исследования – продвижение бренда женской одежды «Порфира». Цель: разработка рекомендаций по продвижению для ООО «Порфира». Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, исторический метод, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (опросный метод).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: определено общее состояние маркетинговой деятельности компании «Порфира»; разработаны рекомендации по продвижению для ООО «Порфира».

Новизна полученных результатов обусловлена тем, что компания «Порфира» так и не завоевала лояльного отношения потребителей, тем самым ставя под угрозу эффективную деятельность компании. Для того чтобы компания смогла продолжать работать и развиваться, необходима ее комплексное продвижение.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Аб'ем дыпломнай работы складае 60 старонак і ўключае 8 ілюстрацыі, 1 табліцу, 1 формулу, 7 прыкладанняў і 59 выкарыстаных крыніцы.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: БРЭНД, ПАЗІЦЫЯНІРАВАННЕ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, РЭКЛАМА, СУВЯЗІ З ГРАМАДСКАСЦЮ, СТЫМУЛЯВАННЕ ЗБЫТУ, ІМК, ПРАСОЎВАННЕ, ПРАМОЙ МАРКЕТЫНГ.

Аб'ект даследавання – брэнд жаночага адзення «Парфіра». Прадмет даследавання – прасоўванне брэнда жаночага адзення «Парфіра». Мэта: распрацоўка рэкамендацый па прасоўванню для ТАА «Парфіра». Метадалагічную аснову дыпломнай работы склалі агульнанавуковыя метады: метада аналізу і сінтэзу, метада індукцыі і дэдукцыі; гістарычны метада, а таксама

апытальны метад, які выкарыстоўваецца пры правядзенні сацыялагічных даследаванняў.

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: вызначаны агульны стан маркетынгавай дзейнасці кампаніі «Парфіра»; распрацаваны рэкамендацыі па прасоўванню для ТАА «Парфіра».

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена тым, што кампанія «Парфіра» так і не заваявала лаяльнага стаўлення спажыўцоў, тым самым ставячы пад пагрозу эфектыўную дзейнасць кампаніі. Для таго каб кампанія змагла працягваць працаваць і развівацца неабходная яе комплекснае прасоўванне.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай работы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.

GRADUATE THESIS SUMMARY

This thesis consists of 60 pages and includes 8 illustrations, 1 table, 1 formula, 7 Appendixes and 59 sources.

KEYWORDS: BRAND, POSITIONING, MARKETING COMMUNICATIONS, ADVERTISING, PUBLIC RELATIONS, SALES PROMOTION, IMC, PROMOTION, DIRECT MARKETING.

The object of the thesis – the brand of women's clothing «Porfira». Subject of research – the promotion of brand of women's clothing «Porfira». The aim of the thesis: development of recommendations for promotion of the company «Porfira». Methodological basis of the thesis was constituted by general scientific methods (the method of analysis and synthesis, induction and deduction method), the historical method, and methods used in sociological research (polling method).

In the course of writing this thesis following results were obtained: it was determined the general situation of marketing activity of the company «Porfira»; recommendations for promotion were developed for the organization «Porfira».

The scientific novelty of the results of thesis is detection that organization «Porfira» does not have customer loyalty. This fact threatens the effective work of the organization. In order that the company could continue to work and grow the company is required to use the integrated promotion.

The materials and results of the thesis were obtained on the basis of reliable sources and independently carried out theoretical and practical research.

Materials and course work results were obtained on the basis of the sources of reliable and independent theoretical and practical studies.