

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

ЛЕОНОВА
Валерия Валерьевна

РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:
кандидат философских наук,
доцент А.Я. Сарна

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем дипломной работы составляет 51 страницу и включает в себя 7 иллюстраций, 3 приложения и 41 использованный источник.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: БРЕНД, БРЕНДИНГ, РЕКЛАМА, СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ, ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА, ATL-РЕКЛАМА, BTL-РЕКЛАМА, ПРОДВИЖЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРОДУКТА, СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА.

В качестве объекта выступает реклама во всем многообразии ее форм и проявлений.

Предмет дипломной работы – способы продвижения бренда на рынке посредством рекламы.

Цель дипломной работы – определение стратегий продвижения бренда на белорусском рынке средствами рекламы.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: рассмотрены понятия бренда и брендинга, а также выявлены их характерные особенности; определено понятие рекламы, рассмотрены цели, задачи и функции рекламы, рассмотрены различные виды рекламы; представлена краткая история анализируемого бренда и описаны предпосылки появления нового продукта на рынке; описаны основные виды ATL- и BTL-рекламы, использовавшиеся при продвижении Coca-Cola Zero на белорусский рынок.

Новизна полученных результатов обусловлена эксклюзивностью проектных данных, полученных в процессе работы автора в рекламном агентстве, проводившем ATL- и BTL-активности для компании Coca-Cola. Полученные данные иллюстрируют комплексный подход в продвижении коммерческого продукта на белорусский рынок и характеризуются широкими возможностями практического применения. Данные проектной работы могут быть применены при разработке стратегии продвижения других коммерческих продуктов.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников, а также в процессе работы над проектом продвижения коммерческого продукта средствами рекламы.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Аб'ём дыпломнай работы складае 51 старонку і ўключае ў сябе 7 ілюстрацый, 3 прыкладанні і 41 выкарыстаная крыніца інфармацыі.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: БРЭНД, БРЭНДЫНГ, РЭКЛАМА, СТРАТЭГІІ ПРАСОЎВАННЯ, ІНСТРУМЕНТЫ ПРАСОЎВАННЯ БРЭНДА, ATL-РЭКЛАМА, BTL-РЭКЛАМА, ПРАСОЎВАННЕ КАМЕРЦЫЙНАГА ПРАДУКТА, СТЫМУЛЯВАННЕ ЗБЫТУ.

У якасці аб'екта выступае рэклама ва ўсёй разнастайнасці яе формаў і праяваў.

Прадмет дыпломнай работы – сродкі прасоўвання брэнда на рынку пасродках рэкламы.

Мэта дыпломнай работы – вызначенне стратэгій прасоўвання брэнда на беларускім рынку сродкамі рэкламы.

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманыя наступныя рэзультаты: разгледжаны паняцці брэнду і брэндыву, а таксама выяўлены іх характэрныя асаблівасці; вызначана паняцце рэкламы, разгледжаны мэты, задачы і функцыі рэкламы, разгледжаны таксама віды рэкламы; прадстаўлена кароткая гісторыя аналізуемага брэнда ды апісаны перадумовы з'яўлення новага прадукта на рынку; апісаны асноўныя віды ATL- і BTL-рэкламы, выкарыстаныя пры прасоўванні Coca-Cola Zero на беларускі рынак.

Навізна атрыманых рэзультатаў абумоўлена эксклюзіўнасцю праектных дадзеных, атрыманых у працэсе работы аўтара ў рэкламным агенцтве, якое праводзіла ATL- і BTL-актыўнасці для кампаніі Coca-Cola. Атрыманыя дадзеныя ілюструюць комплексны падыход у прасоўванні камерцыйнага прадукта на беларускі рынак і характарызуюцца шырокімі магчымасцямі практычнага ўжывання. Дадзеныя праектнай работы могуць прымяняцца пры распрацоўцы стратэгій прасоўвання іншых камерцыйных прадуктаў.

Матэрыялы і рэзультаты дыпломнай работы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц, а таксама ў працэсе работы над праектам прасоўвання камерцыйнага прадукта сродкамі рэкламы.

GRADUATE THESIS SUMMARY

This thesis consists of 51 pages and includes 7 illustrations, 3 appendixes and 41 sources.

KEYWORDS: BRAND, BRANDING, ADVERTISING, STRATEGIES OF PROMOTION, TOOLS OF BRAND PROMOTIONS, ATL-ADVERTISING, BTL-ADVERTISING, PROMOTION OF COMMERCIAL PRODUCTS, SALES PROMOTION.

The object of the thesis research is advertising in all the diversity of forms and manifestations.

The subject of the research is methods of advertising brand promotion.

The aim of the thesis is determination of advertising brand promotion strategies in the Belarusian market.

In the course of writing this thesis following results were obtained: we considered brand and branding definitions and revealed its characteristic features; we defined advertising definitions and considered its aims, tasks, and functions, also we considered types of advertising; we submitted the short history of Coca-Cola brand

and described the premises of appearance of Coca-Cola Zero in the Belarusian market.

The novelty of the results is due to the exclusivity of the design data which were received when diploma author worked at the advertising agency which organized ATL and BTL activities for promotion Coca-Cola Zero to the Belarusian market. Received data illustrate complex approach in promotion of commercial product to the Belarusian market and characterized by wide possibilities of practical application. Received data can be applied for promotion of other commercial products.

Materials and the thesis results were based on reliable sources and in the process of working on a project to promote a commercial product by advertising.