**.МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»**

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**РАЗРАБОТКА БРЕНДА КОМПАНИИ И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ НА РЫНОК ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ЧТПУП «ВУДСТРОЙИМПОРТ»)**

АТРОХОВА Алина Вадимовна

Руководитель

Апанасович Владимир Владимирович,

доктор физико-математических наук, профессор

2018

Дипломная работа: 77 с., 21 рис., 13 табл, 26 источников, 4 прил.

БРЕНД, БРЕНДИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, МЕДИА-ПЛАН, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ИНСТРУМЕНТЫ КОММУНИКАЦИЙ, ВИЗУАЛЬНЫЕ АТРИБУТЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ, ЛОГОТИП.

Объектом данного исследования является предприятие ЧТПУП «ВудСтройИмпорт».

Предметом исследования является процесс разработки и позиционирования бренда ЧТПУП «ВудСтройИмпорт».

Цель работы – разработка концепции и программы продвижения бренда и его продвижение на рынок потребителей для ЧТПУП «ВудСтройИмпорт».

Методы дипломного исследования: научное обобщение, синтез и интроспекция, наблюдение, ретроспективный и трендовый анализ, SWOT анализ, опрос, фокус-группа, глубинное интервью.

В работе использованы учебные материалы отечественных и зарубежных специалистов в области брендинга организации, научные статьи и доклады, а также материалы средств массовой информации, данные объекта исследования и собственные разработки автора.

Исследования и разработки: рассмотрены теоретические основы разработки и продвижения бренда: понятие и основные характеристики бренда, характеристика этапов и инструментов процесса разработки бренда, продвижение бренда на рынке Республики Беларусь; проведен экономический анализ деятельности ЧТПУП «ВудСтройИмпорт», а также анализ структуры рынка для разработки и продвижения бренда; сформирована программа мероприятий по разработке бренда предприятия и его продвижения на рынок потребителей, оценен экономический эффект от их внедрения.

Технико-экономическая и социальная значимость проведенного исследования заключается в том, что применение его результатов на практике может оказать значительное влияние на формирование имиджа и эффективности хозяйственной деятельности организации.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствования сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная работа: 77 с., 21 мал., 13 табл, 26 крыніц, 4 дадатка

БРЭНД, БРЭНДЫНГ, ПРАСОЎВАННЕ БРЭНДА, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ БРЭНДА, РЭКЛАМНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, РЭКЛАМНАЯ КАМПАНІЯ, МЕДЫЯПЛАН, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, ІНСТРУМЕНТЫ КАМУНІКАЦЫЙ, ВІЗУАЛЬНЫЯ АТРЫБУТЫ ІДЭНТЫФІКАЦЫІ, ЛАГАТЫП.

Аб'ектам дадзенага даследавання з'яўляецца прадпрыемства ПГВУП «ВудСтройИмпорт».

Прадметам даследавання з'яўляецца працэс распрацоўкі і пазіцыянавання брэнда ПГВУП «ВудСтройИмпорт».

Мэта працы - распрацоўка канцэпцыі і праграмы прасоўвання брэнда і яго прасоўванне на рынак спажыўцоў для ПГВУП «ВудСтройИмпорт».

Метады дыпломнага даследавання: навуковае абагульненне, сінтэз і

інтраспекцыя, назіранне, рэтраспектыўны і трэндавы аналіз, SWOT аналіз, апытанне, фокус-група, глыбіннае інтэрв'ю.

У працы выкарыстаны навучальныя матэрыялы айчынных і замежных спецыялістаў у вобласці брэндынгу арганізацыі, навуковыя артыкулы і даклады, а таксама матэрыялы сродкаў масавай інфармацыі, дадзеныя аб'екта

даследавання і ўласныя распрацоўкі аўтара.

Даследаванні і распрацоўкі: разгледжаны тэарэтычныя асновы распрацоўкі і прасоўвання брэнда: паняцце і асноўныя характарыстыкі брэнда,

характарыстыка этапаў і інструментаў працэсу распрацоўкі брэнда, прасоўванне брэнда на рынку Рэспублікі Беларусь; праведзены эканамічны аналіз дзейнасці ПГВУП «ВудСтройИмпорт», а таксама аналіз структуры рынку для распрацоўкі і прасоўвання брэнда; сфарміравана праграма мерапрыемстваў па распрацоўцы брэнда прадпрыемства і яго прасоўвання на рынак спажыўцоў, ацэнены эканамічны эфект ад іх укаранення.

Тэхніка-эканамічная і сацыяльная значнасць праведзенага даследавання

заключаецца ў тым, што прымяненне яго вынікаў на практыцы можа аказаць значны ўплыў на фарміраванне іміджу і эфектыўнасці гаспадарчай дзейнасці

арганізацыі.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычанні суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 77 p., Figures 21, Table 13, 26 sources, 4 app.

BRAND, BRANDING, BRAND PROMOTION, BRAND POSITIONING, ADVERTISING ACTIVITY, ADVERTISING CAMPAIGN, MEDIA PLAN, TARGET AUDIENCE, COMMUNICATION TOOLS, VISUAL IDENTIFICATION ATTRIBUTES, LOGO.

The object of this study is the PCIUE "WoodStroyImport".

The subject of the study is the process of development and positioning the brand of PCIUE "WoodStroyImport".

The aim is the development of the concept and program of brand promotion and its promotion to the consumer market for PCIUE "WoodStroyImport.

Methods of research: scientific generalization, synthesis and introspection, observation, retrospective and trend analysis, SWOT analysis, survey, focus group, in-depth interview.

The training materials of domestic and foreign experts in the field of branding of the organization, scientific articles and reports, as well as materials of the mass media, data of the research object and the author's own development are used in the work.

Research and development: the theoretical foundations of brand development and promotion are considered: the concept and main characteristics of the brand, the characteristics of the stages and tools of the brand development process, brand promotion in the market of the Republic of Belarus; an economic analysis of the activities of PCIUE "WoodStroyImport", as well as analysis of the market structure for the development and promotion of the brand; the activities program was developed to form the brand of the enterprise and its promotion to the consumer market, the economic effect of their implementation was estimated.

The feasibility and social significance of the study is that the application of its results in practice can have a significant impact on the formation of the image and the effectiveness of the economic activities of the organization.

The author acknowledges that the material correctly and objectively reflects the state of the investigation process and all borrowings are accompanied by references to its authors.