

Ценность бренда. Для придания ценности нашему товару мы используем *метод создания Alter Ego* и *метод длинных рук*.

Метод создания Alter Ego: покупка наших украшений позволит покупателю поступать так, как ему хотелось бы; делать то, что раньше он не решался сделать (боялся ответственности, последствий). Придание такой ценности бренду поможет покупателю самовыражаться, быть ярким и непохожим на остальных.

Метод длинных рук: экологически чистое производство на всех стадиях, процент от продаж товара будет отчисляться на благотворительные цели. Так, покупая даже самое маленькое украшение, покупатель помогает планете.

Таким образом, в современном мире очень важно подчеркивать человеческую индивидуальность, и украшения могут служить одним из способов. На современном рынке налажено производство, в основном, стандартных украшений. Но с нашими украшениями любая девушка может подчеркнуть свою индивидуальность, найти что-то особенное лично для себя.

Н. С. Полякова,

Т. А. Шелег,

Д. А. Муминова, А. С. Лемеш,

студенты 3 курса Института журналистики БГУ

Научный руководитель:

старший преподаватель

А. В. Колик, Институт журналистики БГУ

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА СЕТИ ГОРОДСКОГО ПАССАЖИРСКОГО ТРАНСПОРТА TOBUS

Бренд сети городского пассажирского транспорта ToBus.

В прошлом традиционные производства зависели от наличия централизованных рабочих мест, транспортных и технологических факторов, а современные производства, торгово-офисные центры, транспортно-логистические центры размещаются в пригородных районах из-за более низкой стоимости строительства и аренды. Таким образом, городские пространственные структуры перешли к многоузловой форме, что обусловило развитие города и формирование новых связей с региональными и глобальными субъектами экономической деятельности. Постоянное расширение города требует улучшения «артерии» города – общественного транспорта.

Площадь городов, выделяемая на транспорт, часто коррелирует с уровнем мобильности. До автомобильной эры около 10 % городской земли приходилось на транспорт, а дороги предназначались

для пешеходов. Как только увеличилась мобильность людей и грузов, выросла и доля городских районов для транспорта и его инфраструктуры. Большие изменения в пространственных формах городского транспорта наблюдаются между различными городами, различными частями города, центральными и периферийными районами.

Целью общественного транспорта является обеспечение устойчивой городской мобильности в определенной части города. Его эффективность основана на возможности перевозок большого количества пассажиров и достижении экономии в масштабах деятельности. Качественная работа общественного транспорта может изменить город к лучшему. На рис. видна существенная разница между поездкой 70 человек на собственных автомобилях и поездкой одного автобуса с таким же количеством (см. рисунок).

Компания ToBus: «Мы работаем для того, чтобы вы были в нужном для вас месте в нужное время».

Наша цель — создать сеть наиболее удобных маршрутов для Вас, объединяя город в единое целое.

Комфорт во всем. Удобные маршруты. Европейское качество. Красота в мелочах. Экологичный транспорт. Современный город.

Мы создали новый бренд сети городского пассажирского транспорта, который учитывает современные реалии города и сможет изменить жизнь его граждан к лучшему.



Поездка 70 человек на разных видах транспорта

*А. Л. Майдан,
Н. Ю. Фролов, П. А. Юревич,
студенты 4 курса ФМО БГУ*

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
Л. А. Климович, ФМО БГУ

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА СОПУТСТВУЮЩИХ ТОВАРОВ ВЫСОКОГО ЦЕНОВОГО СЕГМЕНТА РУЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА ДЛЯ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ DETAILS

Целью кейса является разработка платформы бренда сопутствующих товаров ручного производства для домашних животных высокого