

- организация группы младшего сада;
- предоставление возможности обучения пожилым людям по специальным программам;
- создание сайта «Дома доброты».

Имея на первом этаже дома многофункциональный «Дом доброты», люди старшего поколения смогут компенсировать недостаток в общении (а именно — при коммуникации с детьми), почувствовать себя востребованными, нужными и важными.

Таким образом, в результате нашей деятельности мы получим довольных родителей, счастливых детей, жизнерадостных пожилых людей.

*П. С. Шафранович, Ю. Н. Метельская,*  
студенты 4 курса БГУИР

## **ПРОЕКТ ПЛАТФОРМЫ ГИПОТЕТИЧЕСКОГО БРЕНДА PLAGIO**

### *Постановка задачи*

Создание платформы бренда для программного продукта, который поможет избежать копирования музыкальных произведений, плагиата и нарушения авторских прав.

### *Описание и аргументация элементов платформы бренда:*

1. История создания. В 2015 году молодой Чеба Иван создает в центре Минска небольшую звукозаписывающую студию — 30 м<sup>2</sup>, — где записывает свои треки немалое количество людей: от любителей до профессионалов. Он часто путешествует по странам Европы в поисках неповторимых композиторов, певцов, приглашая их в свою студию. Так постепенно начинает увеличиваться спрос на его услуги.

В 2016 году после успешного начала своей работы компания начинает расширяться, и Ивана приглашают на Евровидение-2016 в Стокгольм в качестве эксперта по уникальности музыкальных произведений. В том же году компания начала разработку программы по распознаванию плагиата музыкальных произведений.

Становление международного бренда. В 2017 году компания Plagio представляет программу по распознаванию плагиата. Идею ждет успех на немецком рынке, спрос на продукт начинает расти, и Plagio выходит на новые рынки, такие как США, Испания и Австралия. Далее Plagio быстро расширяет свое присутствие на мировом рынке, а также расширяет производство в Беларуси. Чтобы увеличить производительность, Plagio открывает в 2018 году собственный офис в Швейцарии.

Сегодня Plagio — один из самых успешных брендов. Марка представлена более чем в 100 странах мира на 6 континентах. Plagio является компанией с вертикально интегрированной структурой, которая занимается как разработкой собственного дизайна, так и глобальным продвижением

и распространением на мировом рынке, а также имеет сеть звукозаписывающих студий. Продукт Plagio продается по всему миру.

Цель Plagio состоит в том, чтобы предложить людям комфортные условия для записи своих треков, помочь сохранить за клиентами авторские права, выявить умышленное хищение авторских произведений, обеспечить комфортные условия работы в своей сфере (все это по доступным ценам), а с недавнего времени еще и предотвратить копирование чужих идей при создании и записи своих хитов. У каждого автора есть своя неповторимая история — личная коллекция особенных моментов, которая делает произведение таким, какое оно есть. Именно поэтому мы сохраняем эти моменты и называем их незабываемыми. Как и историю Plagio.

2. Миссия бренда. Совершенствование рынка цифровой музыки для удовлетворения растущей потребности людей в создании новых шедевров (хитов); возможности вкладывать в них свои мысли, переживания, эмоции, делиться этим со всем миром.

3. Название бренда: Plagio.

4. Логотип бренда (см. рисунок).

5. Слоган: Individualize yourself.

6. Ценности бренда представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Перечень разрабатываемых атрибутов бренда**

| Ожидаемые свойства                           | Наша компания |
|----------------------------------------------|---------------|
| Цветной интерфейс                            | 4             |
| Регистрация в приложении                     | 4             |
| Мультиязычность                              | 4             |
| Функциональность (дополнительная информация) | 5             |
| Платное                                      | 3             |
| Возможность проверки на плагиат              | 5             |

*Целевой аудиторией* нашего бренда являются музыкальные лейблы, продюсеры, композиторы, комиссии музыкальных конкурсов, люди любого возраста, интересующиеся музыкой, авторы музыки, песен, текста. Использование данного программного продукта поможет избежать судебных разбирательств из-за нарушения авторских прав, создать уникальные композиции.

Цель именно этого бренда заключается в предотвращении незаконного копирования музыки, чужой идеи музыкального произведения. Преимуществом является отсутствие конкурентов на рынке программных продуктов, которые могут осуществлять проверку аудиозаписи на плагиат, а также предоставлять список похожих композиций для анализа и редактирования собственных записей. Обещание



Логотип Plagio

для аудитории от нашего бренда: «Вы сможете творить, создавать музыку, не боясь, что нарушите чьи-то авторские права, будете спокойны за уникальность своей идеи».

7. Позиционирование программного продукта для потребителя на основе наиболее ценных факторов. Ожидаемые свойства данного приложения оценены по шкале от 1 до 5, где 5 — максимальная оценка, означающая наибольшее ожидание пользователей, 1 — наоборот (см. табл. 2).

Таблица 2

**Оценка ожидаемых свойств продукта**

| Атрибут        | Описание                                                                                                                                                      |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Функциональный | Высокое качество графики, мультиязычность, кросс-платформенность определяют его полезность, уникальность и ассоциируются с брендом                            |
| Социальный     | Привлекательность цены в среднем диапазоне по рынку, что позволяет приобретать наш товар пользователям с разным уровнем дохода                                |
| Ментальный     | Удобное использование на любом устройстве (на любой платформе), что способствует увеличению числа пользователей                                               |
| Духовный       | Обратная связь (с разработчиками): принятие во внимание замечаний пользователей, быстрое исправление недочетов, уважительное отношение к каждому пользователю |

Рыночные свойства товара: проверка на плагиат. Свойства товара компании: быстрая проверка аудиозаписей на плагиат, предоставление дополнительной информации по идентичным записям. Свойства от потребителей: функциональность, мультиязычность.

Таким образом, данное программное обеспечение:

— позволяет предотвратить судебные разбирательства, решая проблему копирования авторского произведения в самом начале его зарождения;

— увеличивает разнообразие создаваемой музыки, тем самым развивая искусство и культуру общества;

— позволяет музыкальным конкурсам и телешоу различного масштаба отслеживать уникальные произведения, обеспечивая зрителям комфортные условия для посещения данных мероприятий.

**А. С. Белько,  
О. Ю. Воробьёва, Д. О. Крещанович,**  
студенты 3 курса ГИУСТ БГУ

Научный руководитель:  
старший преподаватель  
**Э. В. Рыбакова, ГИУСТ БГУ**

## **ПЛАТФОРМА БРЕНДА ЯПОНСКОГО ЧАЯ HARU**

Платформа бренда (бренд-платформа) – общее смысловое поле бренда, описание уникальных отличительных его свойств (уникальное торговое предложение, уникальное эмоциональное предложение, целевая аудитория и т. д.), а также совокупность его визуальных, имиджевых и маркетинговых атрибутов.

Бренд-платформа включает наименование, историю, миссию, ценность, неповторимость.

*Наименование* нашего бренда звучит как «Haru», или 春. Это настоящий японский чай, его название имеет положительную семантическую окраску и является простым. Значение следующее:

1. Рожденный весной.
2. Красавец.
3. Рассвет.
4. Ясный.
5. Юный.

*Слоган* звучит таким образом: «Настоящий японский чай рождается только ранней весной».

*История* бренда берет начало в далекой деревне у подножия горы Хий-дзан, где жил мудрый монах Сайтё. Он всю жизнь посвятил изучению лечебных свойств трав, что росли на обширных лугах Японии. Однажды весной монах после долгого путешествия за травами присел отдохнуть под сакурой и на костре кипятил воду. Внезапно весенний ветер принес несколько листочков, закружил их в танце и легко опустил на воду. Сайтё, завороженный красотой природы, решил понаблюдать за неизвестными ему ранее листочками, как вскоре вода окрасилась в зеленоватый цвет. И когда Сайтё решил попробовать эту воду, он нашел получившийся напиток освежающим и бодрящим. В своем дневнике он оставил такую ре-