

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация к дипломной работе

**БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ
УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ПРИМЕРЕ
ООО «НОВИТА»**

Жолтко Александра Владимировна

**Руководитель
Кажуро Николай Яковлевич,
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 68 с., 10 рис., 11 таб., 45 источников, 2 прил.

БРЕНД, УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ, БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ, АНАЛИЗ, СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Цель исследования: исследование бренда работодателя как фактора конкурентоспособности на рынке труда, выявление современных методов его продвижения и рассмотрение их практического применения на примере ООО «НОВИТА».

Объект исследования: бренд работодателя (ООО «Новита»).

Предмет исследования: совокупность экономических отношений, обуславливающих условия и направления развития бренда работодателя (ООО «Новита»), как фактора повышения конкурентоспособности организации.

Методы исследования: анализ, расчетно-аналитический, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов формирования и использования бренда работодателя определены сущность, основные виды, современные технологии, подходы к оценке результатов его использования, проведен анализ существующего бренда работодателя ООО «НОВИТА», оценка ожидаемого экономического эффекта от использования бренда работодателя.

Элементы научной новизны: предложено и обосновано формирование бренда работодателя.

Область возможного применения: практически в продвижении компании ООО «Новита».

Технико-экономическая, социальная значимость: использование бренда работодателя укрепит имидж организации, сформирует эффективную команду.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

ABSTRACT

Thesis: 68 p., Figures 10, Table 11, 45 sources, 2 app

BRAND, MANAGMENT, BRAND-MANAGMENT, ANALYSIS, STRATEGIES OF A BRAND-MANAGEMENT PROCESS, INCENTIVE, EFFICIENCY.

The purpose of this graduate work: to study the employer's brand as a factor of competitiveness in the labor market, identifying its promotion of modern methods and consideration of their practical application as an example of «Novita» LLC.

The research object: the employer's brand as a competitive factor in the labor market.

The subject: the brand of «Novita» LLC as an employer in the labor market in the IT sector of the Republic of Belarus.

Research methods: analysis, calculation and analytical, SWOT analysis.

Research and development: based on the study of theoretical questions of formation and use of the employer's brand defines the essence, main types, modern technologies, approaches to the evaluation of its usage, the analysis and evaluation of the existing employer brand «Novita» LLC, assessment of the expected economic effect from the use of the employer brand.

Elements of scientific novelty: the formation of the employer's brand is proposed and justified.

Scope of possible application: the promotion of the company «Novita» LLC.

Technical, economic, social significance: the use of the employer's brand will strengthen the image of the organization, will form an effective team.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 68 старонак, 10 малюнкаў, 11 табліц, 45 крыніц, 2 дадатка.

БРЭНД, КІРАВАННЯ БРЭНДАМ, БРЭНД-МЕНЕДЖМЕНТ, АНАЛІЗ, СТРАТЭГІЯ КІРАВАННЯ, СТЫМУЛ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ.

Мэта даследавання: Даследаванне брэнда працадаўцы як фактару канкурэнтаздольнасці на рынку працы, выяўленне сучасных метадаў яго прасоўвання і разгляд іх практычнага прымянення на прыкладзе ТАА «Новита».

Аб'ект даследавання: брэнд працадаўцы (ТАА «Новита»).

Прадмет даследавання: сукупнасць эканамічных адносін, якія вызначаюць ўмовы і напрамкі развіцця брэнда працадаўцы (ТАА «Новита») як фактару павышэння канкурэнтаздольнасці арганізацыі.

Метады даследавання: аналіз, разлікова-аналітычны, SWOT-аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: на падставе вывучэння тэарэтычных пытанняў фарміравання і выкарыстання брэнда працадаўцы вызначаны сутнасць, асноўныя віды, сучасныя тэхналогіі, падыходы да ацэнкі вынікаў яго выкарыстання, праведзены аналіз і ацэнка існуючага брэнда працадаўцы ТАА «Новита», ацэнка чаканага эканамічнага эфекту ад выкарыстання брэнда працадаўцы.

Элементы навуковай навізны: прапанавана і абгрунтавана фарміраванне брэнда працадаўцы.

Вобласць магчымага прымянення: практычна ў прасоўванні кампаніі ТАА «Новита».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: выкарыстанне брэнда працадаўцы ўмацуе імідж арганізацыі, сфармуе эфектыўную каманду.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследуемага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.