

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

ВЕРБИЦКАЯ
Анастасия Олеговна

**СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО БРЕНДА
НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ
(на примере автомобильной марки Nissan)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель
старший преподаватель
М.С. Терещенко

Минск, 2020

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – автомобильный бренд. Предмет исследования дипломной работы – стратегия продвижения автомобильного бренда в Беларуси. Цель дипломной работы – анализ инструментов рекламы при продвижении автомобильного бренда Nissan в г.Минск. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные труды: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, исторический метод, а также частнонаучные : проектный метод и опросный метод.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: разработан рекламный видеоролик «Nissan Juke»; подготовлена рекламная кампания по сервисному обслуживанию ДЦ Nissan: «Подготовь свой Nissan к лету»; разработана рекламная кампания обновлённого Nissan Terrano.

Новизна дипломной работы заключается в том, что в ней рассматриваются не только специфические особенности продвижения автомобильного бренда Nissan, но и сравниваются используемые инструменты продвижения другими автомобильными брендами, функционирующими в г.Минске. Результаты работы могут быть полезны всем интересующимся рекламой, PR и автомобильным бизнесом. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке маркетинговой стратегии автомобильного бренда.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: стратегия, реклама, стратегия позиционирования, продвижение, автомобильный бренд, рекламное продвижение, целевая аудитория.