

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

НЕДВЕДЦКАЯ
Полина Дмитриевна

**ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА НА РЫНКЕ
(на примере ОДО «Друк-С»)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель
старший преподаватель
М. С. Терещенко

Минск, 2020

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – бренд. Предмет исследования дипломной работы – позиционирование бренда на рынке. Цель дипломной работы – изучить возможности и направления совершенствования стратегии позиционирования бренда. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (опросный метод).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выделены основные стратегии позиционирования; изучены инструменты продвижения позиции бренда; определена текущая позиция ОДО «Друк-С»; определено отношение клиентов к ОДО «Друк-С»; определены сильные и слабые стороны ОДО «Друк-С»; выяснили какие параметры важны при выборе типографий; разработана и предложена стратегия совершенствования позиционирования бренда «Друк-С».

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием четкого позиционирования у типографии полного цикла «Друк-С». Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться типографией «Друк-С» в своей маркетинговой деятельности.

Результаты дипломной работы были получены на основании достоверных материалов и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: позиционирование, бренд, инструменты продвижения, стратегия позиционирования, этапы позиционирования, продвижение, позиционирование бренда, продвижение бренда.