

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**РАЗВИТИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ОЦЕНКА ЕГО
РЕЗУЛЬТАТОВ**

БАДУН Мария Дмитриевна

Руководитель
Аникина Жанна Павловна,
к. э. н., доцент

Минск, 2021

Дипломная работа: 70 с., 19 рис., 7 табл., 43 источников, 3 прил.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, ИМИДЖ, БРЕНД, ЛОГОТИП, СЛОГАН,
ФИРМЕННЫЙ ЦВЕТ, ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ, РЕКЛАМА

Целью дипломной работы является разработка проекта по совершенствованию фирменного стиля «Приорбанк» ОАО.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1 Изучить теоретические основы формирования фирменного стиля организации;

2 Проанализировать и оценить фирменный стиль «Приорбанк» ОАО;

3 Разработать предложения по повышению результативности фирменного стиля «Приорбанк» ОАО.

Объект исследования: фирменный стиль.

Предмет исследования: формирование и развитие фирменного стиля «Приорбанк» ОАО.

Методы исследования: структурно-функциональный метод, аналитический метод, метод целевого проектирования, общенаучные методы, методы маркетинговых исследований.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при совершенствовании фирменного стиля «Приорбанк» ОАО.

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 70 p., Figures 19, Table 7, 43 sources, 3 app.

CORPORATE IDENTITY, IMAGE, BRAND, LOGO, SLOGAN,
CORPORATE COLOR, CORPORATE FONT, ADVERTISING

The aim of the thesis is to develop a project to improve the corporate identity of «Priorbank» OJSC.

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

1 To study the theoretical foundations of the formation of the corporate identity of the organization;

2 Analyze and evaluate the corporate identity of «Priorbank» OJSC;

3 Develop proposals to improve the effectiveness of the corporate identity of «Priorbank» OJSC.

Object of research: corporate identity.

Subject of research: formation and development of the corporate identity of «Priorbank» JSC.

Methods: structural and functional method, analytical method, target design method, general scientific methods, marketing research methods.

Realm of the possible practical applications: the proposed solutions can be used in practice to improve the corporate identity of «Priorbank» OJSC.

Author of work confirms that the above thesis work in computational and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological position and concepts accompanied by references to their authors.