

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

РЕКЛАМА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ УЗНАЕМОСТИ БРЕНДА

БАБАРИКО Ирина Александровна

**Руководитель
Лесниченко-Роговская Мария Владимировна,
кандидат педагогических наук**

Минск, 2021

Дипломная работа: 68 с., 10 рис., 3 табл., 65 источников, 4 прил.

РЕКЛАМА, УЗНАВАЕМОСТЬ, БРЕНД, МАРКЕТИНГ, ИМИДЖ, ИССЛЕДОВАНИЕ, РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

Объект исследования – узнаваемость бренда.

Предмет исследования – реклама организации ООО «Альт-продукт» по разработке и продвижению бренда «Alterini».

Цель дипломной работы – разработать стратегию брендинга предприятия на примере ООО «Альт-продукт».

Исследования и разработки: исследованы теоретические основы брендинга организации и основные этапы разработки стратегии; изучен механизм разработки основных элементов брендинга; выполнена организационно-экономическая характеристика ООО «Альт-продукт»; определены факторы узнаваемости бренда «Alterini»; разработана рекламная кампания «Круассаны Беларусь» бренда «Alterini».

Методы исследования: сравнительный анализ; теоретический и практический анализ; использование абсолютных и относительных величин; логическое обоснование.

Область практического применения результатов дипломного исследования – совершенствование брендинга ООО «Альт-продукт».

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

ABSTRACT

Thesis: 68 p., 10 Fig., 3 table., 65 sources, 4 adj.

ADVERTISING, AWARENESS, BRAND, MARKETING, IMAGE, RESEARCH, PERFORMANCE

The object of the study is brand awareness.

The subject of the study is an advertising of the Alt-product LLC organization for the development and promotion of the Alterini brand.

The purpose of the thesis is to develop a branding strategy for an enterprise using the example of Alt-Product LLC.

Research and development: the theoretical foundations of the organization's branding and the main stages of strategy development are investigated; the mechanism for developing the main elements of branding is studied; the organizational and economic characteristics of «Alt-Product» LLC are performed; the factors of brand awareness of «Alterini» are determined; the advertising campaign «Croissants Belarus» of the «Alterini» brand is developed.

Research methods: comparative analysis; theoretical and practical analysis; use of absolute and relative values; logical justification.

The field of practical application of the results of the diploma research is the improvement of the branding of «Alt-Product» LLC.

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