

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО БРЕНДА И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ НА
ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АРТ-МИКС»**

ВАРТАНОВА Маргарита Арменовна

**Руководитель Догиль Леонид Филлипович
доктор экономических наук, профессор**

Минск, 2021

Дипломная работа: 76 с., 9 рис., 22 табл., 42 источника, 8 прил.

РЕКЛАМА, БРЕНД, БРЕНДИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ, РЕКЛАМНЫЙ ПРОДУКТ

Цель исследования: на основании теоретических исследований рассматриваемой проблемы, анализа ее состояния в ООО «Арт-Микс» разработать мероприятия по совершенствованию подходов по продвижению рекламных продуктов в ООО «Арт-Микс».

Объект исследования: ООО «Арт-Микс».

Предмет исследования: разработка рекламного бренда ООО «Арт-Микс».

Методы исследования: анализ, расчетно-аналитический, ABC-анализ, анализ пяти конкурентных сил Портера.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы концепции брендинга в маркетинге; проанализирована эффективность реализуемых брендов в компании ООО «Арт-Микс»; предложены направления совершенствования методических подходов по продвижению рекламных продуктов в ООО «Арт-Микс».

Элементы научной новизны: предложена и обоснована разработка рекламной кампании по повышению узнаваемости проекта эко-позиционирования ОАО «Белинвестбанк» в сети Интернет, а также усовершенствование сайта ООО «Арт-Микс».

Область возможного применения: предложенные мероприятия с некоторой конкретизацией могут быть использованы в работе белорусских предприятий.

Технико-экономическая, социальная значимость: совершенствование методических подходов по продвижению рекламных продуктов дает преимущество данной компании по отношению к иным компаниям той же отрасли, позволяет выйти на новые рынки сбыта.

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.

Дыпломная праца: 76 с., 9 мал., 22 табл., 42 крыніцы, 8 прым.

РЭКЛАМА, БРЭНД, БРЭНДЫНГ, ПРАСОЎВАННЕ, РЭКЛАМНЫ ПРАДУКТ

Мэта даследавання: на падставе тэарэтычных даследаванняў разглядаюць праблемы, аналізу яе стану ў ТАА «Арт-Мікс» распрацаваць мерапрыемствы па ўдасканаленні падыходаў па прасоўванні рэкламных прадуктаў у ТАА «Арт-Мікс».

Аб'ект даследавання: ТАА «Арт-Мікс».

Прадмет даследавання: распрацоўка рэкламнага брэнда ТАА «Арт-Мікс».

Метады даследавання: аналіз, разлікова-аналітычны, АВС-аналіз, аналіз пяці канкурэнтных сіл Портера.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучаны тэарэтычныя асновы канцэпцыі брэндынгу ў маркетынгу; прааналізавана эфектыўнасць рэалізуюцца брэндаў у кампаніі ТАА «Арт-Мікс»; прапанаваны напрамкі ўдасканалення метадычных падыходаў па прасоўванні рэкламных прадуктаў у ТАА «Арт-Мікс».

Элементы навуковай навізны: прапанаваная і абгрунтаваная распрацоўка рэкламнай кампаніі па павышэнне пазнавальнасці праекта эка-пазіцыянавання ААТ «Белінвестбанк» у сетцы Інтэрнэт, а таксама ўдасканаленне сайта ТАА «Арт-Мікс».

Вобласць магчымага прымянення: прапанаваныя мерапрыемствы з некаторай канкрэтызацыяй могуць быць выкарыстаны ў працы беларускіх прадпрыемстваў.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: ўдасканаленне метадычных падыходаў па прасоўванні рэкламных прадуктаў дае перавага дадзенай кампаніі па адносінах да іншым кампаніям той жа галіны, дазваляе выйсці на новыя рынкі збыту.

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

Thesis: 76 p., 9 fig., 22 table., 42 sources, 8 adj.

ADVERTISING, BRAND, BRANDING, PROMOTION, ADVERTISING PRODUCT

The purpose of the study: based on theoretical studies of the problem under consideration, analysis of its state in Art-Mix LLC, to develop measures to improve approaches to the promotion of advertising products in Art-Mix LLC.

Object of research: Art-Mix LLC.

Subject of research: development of the advertising brand of Art-Mix LLC.

Research methods: analysis, computational analysis, ABC analysis, analysis of Porter's five competitive forces.

Research and development: the theoretical foundations of the concept of branding in marketing are studied; the effectiveness of the brands sold in the company Art-Mix LLC is analyzed; the directions for improving methodological approaches to the promotion of advertising products in Art-Mix LLC are proposed.

Elements of scientific novelty: the development of an advertising campaign to increase the awareness of the project of eco-positioning of Belinvestbank JSC on the Internet, as well as the improvement of the website of Art-Mix LLC is proposed and justified.

Scope of possible application: the proposed measures with some specification can be used in the work of Belarusian enterprises.

Technical, economic, and social significance: the improvement of methodological approaches to the promotion of advertising products gives this company an advantage over other companies in the same industry, and allows it to enter new sales markets.

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 borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.