

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО БРЕНДА И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ
ЗАО «БСБ БАНК»**

МАКАРЕВИЧ Екатерина Леонидовна

Руководитель
Дудкин Александр Борисович
Старший преподаватель

Минск, 2021

Дипломная работа: 69 с., 32 рис., 12 табл., 57 источников, 11 прил.

РЕКЛАМНЫЙ БРЕНД, РЕКЛАМА, БРЕНД, РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО БРЕНДА, ПРОДВИЖЕНИЕ РЕКЛАМНОГО БРЕНДА, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОГО БРЕНДА, РЕКЛАМНЫЙ БРЕНД В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Цель исследования: разработать предложения по повышению эффективности рекламного бренда ЗАО «БСБ Банк»

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- изучение и анализ теоретического материала и научных источников по рассматриваемой теме для определения понятий «реклама», «бренд» и «рекламный бренд»;
- определение этапов разработки рекламного бренда и показателей его эффективности;
- анализ деятельности ЗАО «БСБ Банк»;
- изучение рекламной деятельности организации;
- сбор информации у респондентов и обработка результатов для проведения сравнительного анализа рекламных брендов в сфере банковских услуг;
- разработка практических рекомендаций по повышению эффективности рекламного бренда ЗАО «БСБ Банк» на основании проведённого исследования;
- оценка результативности предлагаемых рекомендаций.

Объект исследования: маркетинговая деятельность Закрытого акционерного общества «Белорусско-Швейцарский Банк «БСБ Банк».

Предмет исследования: разработка и продвижение рекламного бренда ЗАО «БСБ Банк».

Методы исследования: метод анализа, сравнительный метод, метод синтеза, анализ литературы, метод экономико-математического моделирования, метод социологического исследования и другие.

Область возможного применения: практически в рекламной деятельности ЗАО «БСБ Банк».

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 работа: 69 с., 32 мал., 12 табл., 57 крыніц, 11 дад.

РАСПРАЦОЎКА РЭКЛАМНАГА БРЭНДА, ПРАСОЎВАННЕ РЭКЛАМНАГА БРЭНДА, АЦЭНКА ЭФЕКТЫЎНАСЦІ РЭКЛАМНАГА БРЭНДА, РЭКЛАМНЫ БРЭНД У БАНКАЎСКАЙ СФЕРЫ

Мэта даследавання: распрацаваць прапановы па павышэнню эфектыўнасці рэкламнага брэнда ЗАТ «БСБ Банк»

Для дасягнення гэтай мэты былі пастаўлены наступныя задачы:

- вывучэнне і аналіз тэарэтычнага матэрыялу і навуковых крыніц па разгляданай тэме для вызначэння паняццяў «рэклама», «брэнд» і «рэкламны брэнд»;
- вызначэнне этапаў распрацоўкі рэкламнага брэнда і паказчыкаў яго эфектыўнасці;
- аналіз дзейнасці ЗАТ «БСБ Банк»;
- вывучэнне арганізацыі рэкламнай дзейнасці;
- збор інфармацыі ў рэспандэнтаў і апрацоўка вынікаў для правядзення параўнальнага аналізу рэкламных брэндаў у сферы банкаўскіх паслуг;
- распрацоўка практычных рэкамендацыі па павышэнні эфектыўнасці рэкламнага брэнда ЗАТ «БСБ Банк» на падставе праведзенага даследавання;
- ацэнка выніковасці прапанаваных рэкамендацый.

Аб'ект даследавання: маркетынгавая дзейнасць закрытага акцыянернага таварыства «БСБ Банк».

Прадмет даследавання: распрацоўка і прасоўванне рэкламнага брэнда ЗАТ «БСБ Банк».

Метады даследавання: метады аналізу, параўнальны метады, метады сінтэзу, аналіз літаратуры, метады эканоміка-матэматычнага мадэлявання, метады сацыялагічнага даследавання і іншыя.

Вобласць магчымага прымянення: практычна ў рэкламнай дзейнасці ЗАТ «БСБ Банк».

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

Thesis: 69 p., Figures 32, Table 12, 57 sources, 11 app.

ADVERTISING BRAND, ADVERTISING, BRAND, DEVELOPMENT OF AN ADVERTISING BRAND, PROMOTION OF AN ADVERTISING BRAND, EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF AN ADVERTISING BRAND, ADVERTISING BRAND IN THE BANKING SECTOR

The purpose of the study: to develop proposals for improving the effectiveness of the advertising brand of JSC "BSB Bank".

To achieve this goal, the following tasks were set: the

- study and analysis of theoretical material and scientific sources on the topic under consideration to define the concepts of "advertising", "brand" and "advertising brand";
- determining the stages of developing an advertising brand and its performance indicators;
- analysis of the activities of BSB Bank;
- study of the organization's advertising activities;
- collecting information from respondents and processing the results for comparative analysis of advertising brands in the banking sector;
- development of practical recommendations for improving the effectiveness of the advertising brand of JSC "BSB Bank" on the basis of the conducted research;
- evaluation of the effectiveness of the proposed recommendations.

Object of the study: marketing activities of the Closed Joint Stock Company "Belarusian-Swiss Bank "BSB Bank".

Subject of research: development and promotion of the advertising brand of BSB Bank.

Research methods: method of analysis, comparative method, method of synthesis, literature analysis, method of economic and mathematical modeling, method of sociological research, and others.

Scope of possible application: practically in the advertising activities of BSB Bank.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material provided 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.