

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

ПЕТРОВ Андрей Сергеевич

ВИЗУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ БРЕНДИНГА

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Сарна Александр Янисович
кандидат философских наук,
доцент

Минск, 2021

АННОТАЦИЯ

Объектом исследования дипломной работы являются особенности визуальных инструментов брендинга, а предметом – их влияние на имидж бренда, а также отношение к ним и восприятие их. Цель данной работы – на основе метода фокусированного интервью выявить особенности восприятия визуальных инструментов брендинга среди студенческой молодёжи Белорусского Государственного Университета.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнение, классификация. В качестве метода эмпирического исследования использовался метод фокусированного интервью.

В процессе написания дипломной работы были рассмотрены: понятия «бренд», «технологии брендинга», «визуальная коммуникация и имидж бренда», особенности позиционирования бренда и инструменты его продвижения, современные подходы к визуальной идентификации бренда, а также особенности восприятия визуальных инструментов продвижения бренда у студентов. Новизна полученных результатов обусловлена необходимостью постоянного наличия актуальной информации о визуальных инструментах брендинга и технологиях брендинга, а также об их восприятии.

Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения, а также могут быть полезны для дальнейших теоретических исследований данной области знаний.

Данные, используемые в дипломной работе, были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенного исследования.

Ключевые слова: бренд, брендинг, технология брендинга, позиционирование бренда, инструменты продвижения бренда, имидж бренда, визуальная идентификация.