

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

**КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ**

**Аннотация к дипломной работе**

**РАЗРАБОТКА БРЕНДА И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ НА ПРИМЕРЕ  
ООО «СПОРТИВНОЕ АГЕНСТВО СПОРТЭЛИТ»**

**КАРНИЦКАЯ Маргарита Сергеевна**

**Руководитель  
Касперук Александр Анатольевич,  
кандидат культурологии, доцент**

Минск, 2021

Дипломная работа: 81 с., 6 рис., 22 табл., 45 источника, 4 прил.

БРЕНД, БРЕНДИНГ, УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ, СТОИМОСТЬ БРЕНДА, СПОНСОРЫ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ФАНАТЫ

Целью дипломной работы является разработка направлений совершенствования продвижения бренда ООО «Спортивное агентство Спортэлит».

В соответствии с целью в работе поставлены и решены следующие задачи:

- исследовать теоретическо-методические основы организационно-экономического продвижения бренда на рынок;

- оценить брендинг в ООО «Спортивное агентство Спортэлит» и целевую аудиторию;

- разработать пути продвижения бренда ООО «Спортивное агентство Спортэлит».

Объект исследования – ООО «Спортивное агентство Спортэлит».

Предмет исследования – формирование бренда и его продвижение.

Методы исследования: общенаучные методы познания, такие как сравнение, дедукция и индукция, анализ и синтез, метод удельных весов.

Исследования и разработки: исследованы теоретическо-методические основы организационно-экономического продвижения бренда на рынок; оценен брендинг в ООО «Спортивное агентство Спортэлит» и целевую аудиторию; разработаны пути продвижения бренда ООО «Спортивное агентство Спортэлит».

Область возможного практического применения: ООО «Спортивное агентство Спортэлит» и аналогичные организации.

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 теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

---

Thesis: 81 pages, 6 figures, 22 tables, 45 sources, 4 app.

BRAND, BRANDING, BRAND MANAGEMENT, BRAND VALUE, SPONSORS, TARGETED AUDIENCE, PROMOTION, FANS

The subject of the research is brand formation and its promotion.

Purpose of work: to develop directions for improving the brand promotion of LLC "Sports Agency Sportelite".

The object of the research is LLC "Sports agency Sportelite".

Research methods: general scientific methods of cognition, such as comparison, deduction and induction, analysis and synthesis, the method of specific gravity.

Research and development: the theoretical and methodological foundations of the organizational and economic promotion of a brand to the market have been investigated; the branding of LLC "Sports Agency Sportelit" and the target audience were assessed; the ways of promoting the brand of LLC "Sports agency Sportelite" have been developed.

Scope of possible practical application: LLC "Sports Agency Sportelite" and similar organizations.

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

---