

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

МОРЖЕНКОВА Влада Олеговна

**ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СТРАН СНГ К БЕЛОРУССКИМ  
БРЕНДАМ КОСМЕТИКИ**

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:  
Терещенко Мария Сергеевна  
старший преподаватель

Минск, 2022

## АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – белорусские бренды косметики. Предмет исследования – особенности отношения потребителей стран СНГ к белорусским брендам косметики. Целью дипломной работы является выявить особенности в отношении белорусских брендов для представителей стран СНГ на примере косметических белорусских брендов Белита-Витэкс, Relouis, Luxvisage. Методологической основой исследования являются общенаучные методы диалектики, формальной логики и системного анализа, в частности, общелогические методы анализа, индукции, дедукции и аналогии, методы наблюдения, описания и сравнения, а также контент-аналитические методы.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: рассмотрены понятие бренда, его ключевые характеристики и позиционирование, определен имидж бренда как один из факторов решения о покупке, изучена специфика отношения потребителей к бренду, изучены методы исследования отношения потребителей к бренду, изучен контент-анализ отзывов в Интернете о белорусских брендах косметики от потребителей стран СНГ, рассмотрены негативные и позитивные отзывы, рассмотрен имидж белорусских брендов косметики для потребителей стран СНГ, изучены особенности в отношении белорусских брендов для представителей стран СНГ на примере косметических белорусских брендов Белита-Витэкс, Relouis, Luxvisage.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием актуальной информации об особенностях отношения потребителей стран СНГ к белорусским брендам косметики.

Полученные результаты характеризуются широкими возможностями практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке стратегий продвижения белорусских брендов косметики для потребителей из других стран.

Автором работы подтверждается, что материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

*Ключевые слова: бренд, имидж бренда, белорусские косметические бренды, потребители стран СНГ, контент-анализ, отношение.*