

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА БРЕНДБУКА ОРГАНИЗАЦИИ

МИНКО Олеся Михайловна

Руководитель
Добромудрова Инна Альбертовна,
ст. преподаватель

Минск, 2022

Дипломная работа: 83 с., 19 рис., 11 табл., 50 источников, 3 прил.

БРЕНД, БРЕНДИНГ, БРЕНДБУК, РЫНОК, УСТОЙЧИВОСТЬ, ПРОДВИЖЕНИЕ, МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, ОРГАНИЗАЦИЯ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, КЛИЕНТИНГ.

Целью дипломной работы является разработка проекта брендбука СЗАО «Отико».

Задачи:

- 1) изучение теоретических основ брендинга;
- 2) представление структуры брендбука предприятия;
- 3) анализ и оценка результативности брендинга в СЗАО «Отико».

Объектом исследования в дипломной работе являются теоретические основы брендинга.

Предметом исследования являются элементы фирменного стиля СЗАО «Отико» как часть брендбука предприятия.

Методы исследования: сравнительного анализа, группировок, экспертных оценок, графический, индукция и дедукция.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при разработке брендбука организаций обувной промышленности Республики Беларусь.

Автор работы подтверждает, что приведенный в дипломной работе 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: 83 pp., 19 pics, 11 tables, 50 sources, 3 appendices.

BRAND, BRANDING, BRANDBOOK, MARKET, SUSTAINABILITY, PROMOTION, MARKETING, ADVERTISING, ORGANIZATION, IMPROVEMENT, CUSTOMERING.

The purpose of the thesis is to develop a draft brand book for JSC Otiko.

Tasks:

- 1) studying the theoretical foundations of branding;
- 2) presentation of the structure of the brand book of the enterprise;
- 3) analysis and evaluation of the effectiveness of branding in SZAO Otiko.

The object of research in the thesis work is the theoretical foundations of branding.

The subject of the study is the elements of the corporate identity of SZAO Otiko as part of the company's brand book.

Research methods: comparative analysis, groupings, expert assessments, graphic, induction and deduction.

Area of possible practical application: the proposed solutions can be used in practice when developing a brand book of organizations of the shoe industry of the Republic of Belarus.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material presented in the thesis 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.