

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

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГА**

**Аннотация к дипломной работе**

**РАЗВИТИЕ ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ**

**КАРПИНСКАЯ Вера Валерьевна**

**Руководитель  
Хмель Сергей Александрович,  
старший преподаватель**

Минск, 2023

Дипломная работа: 70 с., 15 рис., 51 источник, 3 прил.

## ПЛАТФОРМА БРЕНДА, БРЕНД, РЕБРЕНДИНГ, БРЕНДИНГ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА

Целью дипломной работы является разработка и обоснование мероприятий по совершенствованию платформы бренда ОАО «Брестский мясокомбинат».

В соответствии с поставленной целью в работе поставлены следующие задачи:

- изучить бренд: сущность, характеристика основных элементов;
- дать характеристику платформы бренда и ее структуры;
- изучить результаты формирования платформы бренда;
- исследовать нормативные правовые документы, регулирующие функционирование бренда организации в Республике Беларусь;
- дать краткую организационно-экономическую характеристику ОАО «Брестский мясокомбинат»;
- изучить характеристику элементов платформы бренда ОАО «Брестский мясокомбинат»;
- оценить Результативность формирования и развития платформы бренда ОАО «Брестский мясокомбинат».

Объект исследования: концепция бренда.

Предмет исследования: платформа бренда ОАО «Брестский мясокомбинат».

Методы исследования: наблюдение, анализ, индукция, дедукция, методы восхождения от абстрактного к конкретному, описание и сравнение.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов развития платформы бренда, определены его особенности и эффективность применения направлений совершенствования на конкретном предприятии.

Элементы научной новизны: разработаны мероприятия совершенствования бренда ОАО «Брестский мясокомбинат».

Область возможного практического применения: практический маркетинг ОАО «Брестский мясокомбинат».

Автор работы подтверждает, что приведенный в работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 70 p., Figures 15, 51 sources, 3 app.

## BRAND PLATFORM, BRAND, REBRANDING, BRANDING, BRAND PLATFORM IMPROVEMENT

The purpose of the thesis is to develop and justify measures to improve the brand platform of JSC "Brest Meat Processing Plant".

In accordance with the goal, the following tasks were set in the work:

- to study the brand: essence, characteristics of the main elements;
- characterize the brand platform and its structure;
- study the results of brand platform formation;
- explore legal documents regulating the functioning of the brand of the organization in the Republic of Belarus;
- give a brief organizational and economic description of JSC "Brest Meat Processing Plant";
- to study the characteristics of the elements of the platform of the brand of JSC "Brest Meat Processing Plant";
- evaluate the effectiveness of the formation and development of the platform of the brand of JSC "Brest Meat Processing Plant".

Object of study: brand concept.

Subject of study: brand platform of JSC "Brest Meat Processing Plant".

Research methods: observation, analysis, induction, deduction, methods of ascent from the abstract to the concrete, description and comparison.

Research and development: based on the study of theoretical issues of the development of the brand platform, its features and the effectiveness of the application of areas of improvement in a particular enterprise are determined.

Elements of scientific novelty: measures have been developed to improve the brand of JSC "Brest Meat Processing Plant".

Area of possible practical application: practical marketing of JSC "Brest Meat Processing Plant".

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