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

ГРУНТОВА Елена Сергеевна

**ПРОДВИЖЕНИЕ МУЛЬТИБРЕНДОВОГО МАГАЗИНА
(на примере магазина «Intimamoda»)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Бурина Ирина Феликсовна
старший преподаватель

Минск, 2023

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – мультибрендовый магазин. Предмет исследования дипломной работы – продвижение мультибрендового магазина. Цель дипломной работы – изучение продвижения на примере мультибрендового магазина. Методологическую основу работы составили изучение и систематизация уже существующих исследований и публикаций следующих авторов по данной теме: Ф. Котлер, К. Сьюэлл, Т. Гэд, Д. Огилви, Севостьянов И.О, Манн И.Б, Амбросов В.В, а также практического опыта в сфере маркетинга.

В результате были получены следующие результаты: изучено понятие «продвижение», его функции и цели; изучены инструменты продвижения; изучены стратегии продвижения; изучено понятие «веб сайт», виды, этапы разработки, его обслуживание; изучены отличительные характеристики мультибрендового магазина; изучены отличительные характеристики монобрендового магазина; проведена сравнительная характеристика мультибренда и монобренда; создан веб-сайт для мультибрендового магазина «Intimamoda»; запущена таргетированная реклама на созданный веб-сайт для мультибрендового магазина «Intimamoda».

Новизна полученных результатов обусловлена разработкой стратегии продвижения для мультибрендового магазина нижнего белья «Intimamoda». Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке стратегий продвижения для других мультибрендовых магазинов.

Результаты дипломной работы были получены на основании достоверных материалов и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: продвижение, стратегия, мультибрендовый магазин, продвижение мультибрендового магазина, целевая аудитория, таргетированная реклама, веб-сайт.