

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ НА
ПРИМЕРЕ ООО «РИВЕРГРАНД»**

СЕРГЕЕВА Ульяна Игоревна

**Руководитель
Хацкевич Геннадий Алексеевич,
доктор экономических наук, профессор**

Минск, 2023

Дипломная работа: 58 с., 10 рис., 1 табл., 43 источников, 5 прил.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, ЭЛЕМЕНТЫ И НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, РЕБРЕНДИНГ, АНАЛИЗ

Целью дипломной работы является разработка и обоснование предложений по совершенствованию визуализации элементов фирменного стиля ООО «Ривергранд».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические основы формирования фирменного стиля организации;
2. Дать характеристику основных элементов и носителей фирменного стиля ООО «Ривергранд»;
3. Дать предложения по совершенствованию визуализации элементов фирменного стиля ООО «Ривергранд».

Объект исследования: ООО «Ривергранд».

Предмет исследования: элементы и носители фирменного стиля.

Методы исследования: анализ и синтез, индукция и дедукция, группировка, графический, коэффициентный анализ сравнения, факторный анализ, индексный метод.

Область возможного применения: предложенные решения могут быть использованы на предприятии ООО «Ривергранд» при проведении ребрендинга, а также при продвижении бренда.

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-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.

Дыпломная работа: 58 с., 10 мал., 1 табл., 43 крыніцы, 5 прыкл.

ФІРМОВЫ СТЫЛЬ, ЭЛЕМЕНТЫ І НОСЬБІТЫ ФІРМОВАГА СТЫЛЮ, МАРКЕТЫНГОВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, РЭБРЭНДЫНГ, АНАЛІЗ

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца распрацоўка і абгрунтаванне прапаноў па ўдасканаленні візуалізацыі элементаў фірмовага стылю ТАА «Рывергранд».

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. Разгледзець тэарэтычныя асновы фармавання фірмовага стылю арганізацыі;
2. Даць характарыстыку асноўных элементаў і носьбітаў фірмовага стылю ТАА «Рывергранд»;
3. Даць прапановы па ўдасканаленні візуалізацыі элементаў фірмовага стылю ТАА «Рывергранд».

Аб'ект даследавання: ТАА «Рывергранд».

Прадмет даследавання: элементы і носьбіты фірмовага стылю Метады даследавання: аналіз і сінтэз, індукцыя і дэдукцыя, групоўка, графічны, каэфіцыентны аналіз параўнання, фактарны аналіз, індэксны метады.

Метады даследавання: аналіз і сінтэз, індукцыя і дэдукцыя, групоўка, графічны, каэфіцыентны аналіз параўнання, фактарны аналіз, індэксны метады.

Вобласць магчымага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на прадпрыемстве ТАА «Рывергранд» пры правядзенні рэбрэндынгу, а таксама пры прасоўванні брэнда.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Diploma work: 58 p., Figures 10, Table 1, 43 sources, 5 app.

CORPORATE STYLE, ELEMENTS AND CARRIERS OF CORPORATE STYLE, MARKETING COMMUNICATIONS, REBRANDING, ANALYSIS

The aim of the thesis is to develop and justify the proposals for improving the visualization of the elements of the corporate identity of LLC «Rivergrand».

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

1. Consider the theoretical foundations of the formation of the corporate identity of the organization;
2. To characterize the main elements and carriers of the corporate identity of LLC «Rivergrand»;
3. Give suggestions for improving the visualization of the elements of the corporate identity of LLC «Rivergrand».

Object of research: LLC «Rivergrand».

Subject of research: elements and carriers of corporate identity

Methods: analysis and synthesis, induction and deduction, grouping, graphical, coefficient comparison analysis, factorial analysis, index method.

Realm of the possible practical applications: the proposed solutions can be used at the LLC «Rivergrand» enterprise during rebranding, as well as when promoting the brand.

Author of work confirms that the above thesis work in computational and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological position and concepts accompanied by references to their authors.