

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

ПЕТРОВСКАЯ Елизавета Дмитриевна

**КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ
ПРОДУКТОВОГО БРЕНДА**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Калачёва Ирина Ивановна
доктор исторических наук,
профессор

Минск, 2023

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – коммуникативная стратегия продвижения товаров и услуг. Предмет исследования дипломной работы – коммуникативная стратегия продвижения продуктового бренда. Цель дипломной работы – разработать модель коммуникативной стратегии продвижения продуктового бренда. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы (анализ и синтез, метод индукции и дедукции, описательный метод) и частнонаучные методы исследования (PEST и SWOT-анализ, анализ пяти конкурентных сил Портера, анкетный опрос, метод проекта).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: изучены основные теоретические подходы к формированию и развитию коммуникативной стратегии; структурированы знания, касающиеся постановки целей, формулировки задач, определения целевой аудитории, выбора инструментов маркетинговых коммуникаций, медиапланирования, определения бюджета и др.; дана характеристика СОАО «Коммунарка» и проанализирована коммуникативная стратегия продвижения данного предприятия, выявлены сильные и слабые стороны; разработана модель коммуникативной стратегии объединения «Коммунарка» в авторской версии, в основу которой были заложены новые данные по исследованию основной целевой аудитории данного продуктового бренда – это молодые люди в возрасте 16-25 лет; выявлено представление о современном кондитерском бренде в массовом сознании потребителей.

Результаты исследования обладают научной новизной, так как полученные материалы составляют доказательную базу для разработки авторского видения коммуникативной стратегии продвижения продуктовых брендов, основанное на опыте объединения «Коммунарка». Практическая значимость дипломной работы состоит в том, что результаты исследования могут быть использованы специалистами маркетингового отдела СОАО «Коммунарка». Полученные результаты могут быть использованы в учебном процессе, в рамках подготовки специалистов по рекламе и коммуникации по дисциплинам «Интегрированные маркетинговые коммуникации», «Медиапланирование», «Маркетинг» и др.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, продвижение, маркетинг, бренд, продукт, целевая аудитория.