

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

**КАФЕДРА ФИНАНСОВ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**Аннотация к дипломной работе**

**МОДЕЛИРОВАНИЕ БРЕНД-ИМИДЖА КОМПАНИИ И  
СТРАТЕГИИ ЕЕ ПРОДВИЖЕНИЯ**

**АКСЁНОВА Марина Александровна**

**Руководитель**  
**Булавко Владимир Германович,**  
**доктор экономических наук, профессор**

**Минск, 2024**

Дипломная работа: 65 с., 8 рис., 19 таб., 52 источника, 3 прил.

БРЕНД-ИМИДЖ, СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ, МОДЕЛИРОВАНИЕ, БРЕНДИНГ, РЕПУТАЦИЯ БРЕНДА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА, АНАЛИЗ РЫНКА, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ, ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА.

Цель исследования: проанализировать стратегию продвижения и бренд-имидж компании ООО «Белорусский союз дизайнеров» и найти пути их совершенствования.

В рамках достижения цели работы автором были поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты бренд-имиджа компании и стратегии ее продвижения;
- проанализировать и дать оценку существующих бренд-имиджей компаний и стратегий их продвижений;
- разработать стратегию бренд-имиджа компании в ООО «Белорусский союз дизайнеров».

Объект исследования: ООО «Белорусский союз дизайнеров».

Предмет исследования: бренд-имидж и стратегия продвижения в ООО «Белорусский союз дизайнеров».

Методы исследования: анализ, расчетно-аналитический, SWOT-анализ, метод семантических дифференциалов и метод Л. В. Чубуковой.

Область возможного применения: практические рекомендации в продвижении бренд-имиджа компании ООО «Белорусский союз дизайнеров».

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

Дыпломная праца: 65 с., 20 мал., 19 таб., 50 крыніц, 6 прыкл.

БРЭНД-ІМІДЖ, СТРАТЭГІЯ РУХУ, МАДЭЛЯВАННЕ, БРЭНДІНГ, РЭПУТАЦЫЯ БРЭНДА, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ БРЭНДА, АНАЛІЗ РЫНКУ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, КІРАВАННЕ БРЭНДА.

Мэта даследавання: прааналізаваць стратэгію прасоўвання і брэнд-імідж кампаніі ГА "Беларускі саюз дызайнераў" і знайсці шляхі іх удасканалення.

У рамках дасягнення мэты працы аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- вывучыць тэарэтычныя аспекты брэнд-іміджу кампаніі і стратэгіі яе прасоўвання;
- прааналізаваць і даць ацэнку існуючых брэнд-іміджаў кампаній і стратэгіі іх прасоўвання;
- распрацаваць стратэгію брэнд-іміджу кампаніі ў ГА «Беларускі саюз дызайнераў».

Аб'ект даследавання: ГА "Беларускі саюз дызайнераў".

Прадмет даследавання: брэнд-імідж і стратэгія прасоўвання ў ГА «Беларускі саюз дызайнераў».

Метады даследавання: аналіз, разлікова-аналітычны, SWOT-аналіз.

Галіна магчымага прымянення: практычныя рэкамендацыі ў прасоўванні брэнд-іміджу кампаніі ГА «Беларускі саюз дызайнераў».

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

Thesis: 65 p., 8 fig., 19 tab., 52 sources, 3 app.

BRAND IMAGE, PROMOTION STRATEGY, MODELING, BRANDING, BRAND REPUTATION, BRAND POSITIONING, MARKET ANALYSIS, TARGET AUDIENCE, BRAND MANAGEMENT, MARKET RESEARCH.

Purpose of the study: to analyze the promotion strategy and brand image of the Belarusian Union of Designers company and find ways to improve them.

As part of achieving the goal of the work, the author set the following tasks:

- study the theoretical aspects of the company's brand image and its promotion strategy;
- analyze and evaluate existing brand images of companies and their promotion strategies;
- develop a strategy for the company's brand image in the NGO "Belarusian Union of Designers".

Object of study: NGO «Belarusian Union of Designers».

Subject of research: brand image and promotion strategy in the Belarusian Union of Designers.

Research methods: analysis, calculation and analytical, SWOT analysis.

Area of possible application: practical recommendations in promoting the brand image of the Belarusian Union of Designers NGO.

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