

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**РАЗВИТИЕ БРЕНДА И ПРОДВИЖЕНИЕ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ
ООО «МЕГАИМПЛАНТ»**

ВЕСЕЛОВ Даниил Александрович

**Руководитель
Мальцевич Наталья Викторовна,
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2024

Дипломная работа: 57 с., 7 рисунков, 8 таблиц, 56 источников, 2 приложений.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА КОМПАНИИ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ, МЕНЕДЖМЕНТ, РАЗВИТИЕ БРЕНДА, ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, SWOT-АНАЛИЗ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель исследования: проанализировать продвижение бренда ООО «Мегаимплант» и дать рекомендации по его совершенствованию.

Для достижения вышеуказанной цели были разработаны следующие задачи:

- Охарактеризовать брендинг и его суть
- Проанализировать финансовое состояние компании
- Проанализировать сегментацию рынка и позиционирование услуг организации
- Подготовка подходов и методологий для улучшения развития и продвижения брендинга

Объект исследования: ООО «Мегаимплант».

Предмет исследования: маркетинговая деятельность, мероприятия по развитию бренда и финансовые показатели ООО «Мегаимплант».

Методы исследования: общие и специальные методы научного познания, анализ учебной литературы и финансовой отчетности, анализ финансовых коэффициентов и маркетинговых показателей, синтез, обобщение, сравнение, подготовка методологии на основе существующей маркетинговой стратегии.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при поиске путей улучшения продвижения бренда любого промышленного предприятия.

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.

Thesis: 57 p., 7 figures, 8 tables, 56 sources, 2 appendices.

ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE COMPANY, MARKETING ACTIVITY OF THE ORGANIZATION, MANAGEMENT, BRAND DEVELOPMENT, BRAND PROMOTION, SWOT-ANALYSIS, PUBLIC RELATIONS

The purpose of the research: study is to analyse brand promotion of the LLC “Megaimplant” and to give recommendations upon its improvement.

In order to achieve the above stated goal, the following objectives have been developed:

- Define branding and its essence
- Analyze financial condition of the company
- Analyze market segmentation and positioning of the organization’s services
- Prepare approaches and methodologies to improve branding development and promotion

The object of the research: LLC "Megaimplant".

The subject of the research: the marketing activity and financial performance of LLC "Megaimplant".

Research methods: general and special methods of scientific knowledge, analysis of educational literature and financial statements, analysis of financial ratios and marketing indicators, synthesis, generalization, comparison preparing methodology based on existing marketing strategy.

Realm of the possible practical application: the proposed solutions can be used in practice when looking for ways to improve the brand promotion of any industrial enterprise. 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.

Дыпломная работа: 57 с., 7 мал., 8 табліц, 56 крыніц, 2 дадат.

АРГАНІЗАЦЫЙНАЯ СТРУКТУРА КАМПАНІІ, МАРКЕТЫНГОВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ АРГАНІЗАЦЫІ, МЕНЕДЖМЕНТ, РАЗВІЦЦЁ БРЭНДА, ПРАСОЎВАННЕ БРЭНДА, SWOT-АНАЛІЗ, СУВЯЗІ З ГРАМАДСКАСЦЮ

Мэта даследавання: прааналізаваць прасоўванне брэнда ТАА «Мегаімплант» і даць рэкамендацыі па яго ўдасканаленні.

Для дасягнення вышэйпаказанай мэты былі распрацаваны наступныя задачы :

- вызначэнне брэндынга і яго сутнасці
- аналіз фінансавага стана кампаніі
- аналіз сегментацыі рынку і пазіцыянаванне паслуг арганізацыі
- падрыхтоўка падыходаў і метадалогій для паляпшэння развіцця і прасоўвання брэндынгу

Аб'ектам даследавання: ТАА «Мегаімплант».

Прадметам даследавання: маркетынговая дзейнасць і фінансавыя паказчыкі ТАА «Мегаімплант».

Метады даследавання: агульныя і спецыяльныя метады навуковага пазнання, аналіз вучэбнай літаратуры і фінансавай справаздачнасці, аналіз фінансавых каэфіцыентаў і маркетынговых паказчыкаў, сінтэз, абагульненне, параўнанне, падрыхтоўка метадалогіі на аснове існуючай маркетынгавай стратэгіі.

Вобласць магчымага ўжывання: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы пры пошуку шляхоў павышэння фінансавых вынікаў дзейнасці любога прамысловага прадпрыемства.

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.