

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ИНСТИТУТ
БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ БРЕНДИНГА В В2В БИЗНЕСЕ

ЛИСОВСКИЙ Тихон Геннадьевич

Руководитель
Светлана Прокопьевна Мармашова
старший преподаватель

Минск, 2024

Дипломная работа: 90 с., 16 рис., 14 табл., 54 источника, 7 прил.
МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ БРЕНДИНГА В В2В БИЗНЕСЕ

Целью дипломной работы является разработка предложений по использованию маркетинговых возможностей брендинга ООО «Райзинг».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- 1) рассмотреть понятие, сущность и содержание процесса брендинга;
- 2) выявить специфику брендинга в сегменте В2В;
- 3) структурировать показатели эффективности брендинга;
- 4) проанализировать нормативно-правовое регулирование брендинга в Республике Беларусь;
- 5) рассмотреть организационно-экономическую характеристику ООО «Райзинг»;
- 6) проанализировать брендинг ООО «Райзинг»;
- 7) выявить маркетинговые возможности бренда R Group.

Объект исследования: брендинг.

Предмет исследования: брендинг ООО «Райзинг» и его маркетинговые возможности в современных условиях.

Методы исследования: системный подход, сравнение, обобщение, классификация, SWOT-анализ, индукция, экономический анализ и моделирование.

Область возможного практического применения: реализация маркетинговых возможностей брендинга ООО «Райзинг» посредством цифровых и печатных носителей.

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

Thesis: 90 p., 16 figures, 14 tables, 54 sources, 7 apps.

MARKETING OPPORTUNITIES OF BRANDING IN B2B BUSINESS

The purpose of the thesis is to develop proposals for using the marketing capabilities of the branding of Rising LLC.

In order to achieve this goal, the author set the following tasks:

- 1) consider the concept, essence and content of the branding process;
- 2) identify the specifics of branding in the B2B segment;
- 3) structure branding performance indicators;
- 4) analyze the legal regulation of branding in the Republic of Belarus;
- 5) consider the organizational and economic characteristics of LLC "Rising";
- 6) analyze the branding of Rising LLC;
- 7) identify the marketing capabilities of the R Group brand;
- 8) arrange training presentations for employees in the corporate style of Rising LLC;
- 9) develop the concept of the R Group advertising catalog.

The object of research: branding.

The subject of the research is the branding of Rising LLC and its marketing capabilities in modern conditions.

Research methods: a systematic approach, comparison, generalization, classification, induction, economic analysis and modeling.

Field of possible practical application: realization of marketing opportunities of branding LLC «Rising» through digital and printed media.

The author of the work confirms that the computational 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.

Дыпломная праца: 90 с., 16 мал., 14 табл., 54 крыніцы, 7 прыкл..
МАРКЕТЫНГАВЫЯ МАГЧЫМАСЦІ БРЭНДЫНГУ Ў В2В БІЗНЭСЕ

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца распрацоўка прапаноў па
выкарыстанні маркетынговых магчымасцяў брэндынгу ТАА «Райзінг».

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены
наступныя задачы:

- 1) разгледзець паняцце, сутнасць і змест працэсу брэндынгу;
- 2) выявіць спецыфіку брэндынгу ў сегменце В2В;
- 3) структураваць паказчыкі эфектыўнасці брэндынгу;
- 4) прааналізаваць Нарматыўна-прававое рэгуляванне брэндынгу ў
Рэспубліцы Беларусь;
- 5) разгледзець арганізацыйна-эканамічную характарыстыку ТАА
«Райзінг»;
- 6) прааналізаваць брэндынг ТАА «Райзінг»;
- 7) выявіць маркетынжавыя магчымасці брэнда R Group;
- 8) аформіць навучальныя прэзентацыі для супрацоўнікаў у фірмовым
стылі ТАА «Райзінг»;
- 9) распрацаваць канцэпцыю рэкламнага каталога R Group.

Аб'ект даследавання: брэндынг.

Прадмет даследавання: брэндынг ТАА «Райзінг» і яго маркетынжавыя
магчымасці ў сучасных умовах.

Метады даследавання: сістэмны падыход, параўнанне, абагульненне,
класіфікацыя, індукцыя, эканамічны аналіз і мадэляванне.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: рэалізацыя
маркетынговых магчымасцяў брэндынгу ТАА «Райзінг» з дапамогай
лічбавых і друкаваных носьбітаў.

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