

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**РАЗРАБОТКА БРЕНДА КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «БСБ БАНК»**

ШАКАЛОВА Дарья Юрьевна

Руководитель
Хацкевич Геннадий Алексеевич,
д.э.н., профессор

Минск, 2024

Дипломная работа: 92 с., 7 рис., 14 табл., 52 источников, 5 прил.

МАРКЕТИНГ, БАНКОВСКАЯ СФЕРА, БРЕНД, БРЕНДИНГ, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ.

Цель работы: анализ бренда и разработка мероприятий по его совершенствованию в ЗАО «БСБ Банк».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Проведение теоретического анализа категорий бренда и брендинга в контексте их применения для обеспечения продвижения и конкурентоспособности компаний в современных рыночных условиях;
2. Изучить основы и подходы к формированию бренда для организаций, а также выявить подходы и критерии определения эффективности бренда;
3. Исследовать и охарактеризовать особенности брендинга для банковской сферы;
4. Проведение анализа бренда и плана стратегического развития ЗАО «БСБ Банк»;
5. Сформулировать рекомендации для продвижения бренда и стратегического плана ЗАО «БСБ Банк».

Объект исследования: бренд как элемент обеспечения конкурентоспособности компании в условиях современного рынка и составляющая часть стратегического плана организации.

Предмет исследования: бренд ЗАО «БСБ Банк».

Методы исследования: общенаучные методы сравнительного анализа, анализ эмпирических и статистических данных, опросный метод, наблюдения и классификации.

Область возможного практического применения: ЗАО «БСБ Банк».

Автор работы подтверждает, что приведённый в ней расчетно-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: 92 pp., 7 figures, 14 tables, 52 sources, 5 appendices.

MARKETING, BANKING SECTOR, BRAND, BRANDING, STRATEGIC PLAN, MARKETING STRATEGY, COMPETITIVENESS, POSITIONING.

Purpose of the work: analysis of the brand and development of measures to improve it at BSB Bank.

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

1. Carrying out a theoretical analysis of brand and branding categories in the context of their application to ensure the promotion and competitiveness of companies in modern market conditions;
2. To study the basics and approaches to brand formation for organizations, as well as to identify approaches and criteria for determining brand effectiveness;
3. To investigate and characterize the features of branding for the banking sector;
4. Conducting an analysis of the brand and the strategic development plan of BSB Bank;
5. Formulate recommendations for the promotion of the brand and the strategic plan of BSB Bank.

The object of the study is the brand as an element of ensuring the company's competitiveness in the modern market and an integral part of the organization's strategic plan.

The subject of the study is the brand of BSB Bank.

Research methods: general scientific methods of comparative analysis, analysis of empirical and statistical data, survey method, observations and classifications.

Area of possible practical application: BSB Bank.

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 theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная праца: 92 с., 7 мал., 14 табл., 5 крыніц, 5 прыкл.

МАРКЕТЫНГ, БАНКАЎСКАЯ СФЕРА, БРЭНД, БРЭНДЫНГ, СТРАТЭГІЧНЫ ПЛАН, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, КАНКУРЭНТАСПОСОБНАСЦЬ, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ.

Мэта работы: аналіз брэнда і распрацоўка мерапрыемстваў па яго ўдасканаленні ў ЗАТ «БСБ Банк».

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. Правядзенне тэарэтычнага аналізу катэгорый брэнда і брэндынгу ў кантэксце іх прымянення для забеспячэння прасоўвання і канкурэнтаздольнасці кампаній у сучасных рынковых умовах;
2. Вывучыць асновы і падыходы да фарміравання брэнда для арганізацый, а таксама выявіць падыходы і крытэрыі вызначэння эфектыўнасці брэнда;
3. Даследаваць і ахарактарызаваць асаблівасці брэндынгу для банкаўскай сферы;
4. Правядзенне аналізу брэнда і плана стратэгічнага развіцця ЗАТ «БСБ Банк»;
5. Сфармуляваць рэкамендацыі для прасоўвання брэнда і стратэгічнага плана ЗАТ «БСБ Банк».

Аб'ект даследавання: брэнд як элемент забеспячэння канкурэнтаздольнасці кампаніі ва ўмовах сучаснага рынку і складнік стратэгічнага плана арганізацыі.

Прадмет даследавання: брэнд ЗАТ «БСБ Банк».

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады параўнальнага аналізу, аналіз эмпірычных і статыстычных дадзеных, апытальны метад, назіранні і класіфікацыі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: ЗАТ «БСБ Банк».

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 тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.