

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL INSTITUTION
SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY**

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Thesis Paper Summary

**BRAND FORMATION AS AN ELEMENT OF THE ORGANISATION'S
STRATEGIC DEVELOPMENT (USING THE EXAMPLE OF JSC BSB BANK)**

BICHUN Angelina Olegovna

Scientific supervisor
Sadovskaya Jekaterina Yurievna
PhD in Philological Sciences, Associate Professor

Minsk, 2025

Дипломная работа: 71 с., 7 рис., 16 таб., 52 источников, 6 прил.

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

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

Объект исследования: закрытое акционерное общество «БСБ Банк».

Предмет исследования: бренд как элемент обеспечения конкурентоспособности компании в условиях современного рынка и составляющая часть стратегического плана организации ЗАО «БСБ Банк».

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

Область возможного применения: предложенный подход к формированию бренда и разработанные стратегические рекомендации могут быть практически применены в процессе усиления бренд-идентичности и позиционирования ЗАО «БСБ Банк».

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

Дыпломная работа: 71 с., 7 мал., 16 таб., 52 крыніц, 6 дад.
МАРКЕТЫНГ, БАНКАЎСКІ СЕКТАР, БРЭНД, БРЭНДЫНГ,
СТРАТЭГІЧНЫ ПЛАН, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ,
КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ.

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

Аб'ект даследавання: закрытае акцыянернае таварыства «БСБ Банк».

Прадмет даследавання: брэнд як элемент забеспячэння канкурэнтаздольнасці кампаніі ва ўмовах сучаснага рынку і складовая частка стратэгічнага плана арганізацыі ЗАТ «БСБ Банк».

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады параўнальнага аналізу, аналіз эмпірычных і статыстычных даных, апытальнік, назіранне і класіфікацыя і інш.

Вобласць магчымага прымянення: прапанаваны падыход да фарміравання брэнда і распрацаваныя стратэгічныя рэкамендацыі могуць быць практычна выкарыстаны ў працэсе ўмацавання брэнд-ідэнтычнасці і пазіцыянавання 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 суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 71 p., 7 fig., 16 tab., 52 sources, 6 app.

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

Purpose of the research: to analyze the brand and develop measures for its improvement at BSB Bank JSC.

Object of the research: Joint Stock Company “BSB Bank”.

Subject of the research: the brand as an element of ensuring the company's competitiveness in the modern market and as a component of the strategic plan of BSB Bank JSC.

Research methods: general scientific methods of comparative analysis, analysis of empirical and statistical data, surveys, observations, classification, etc..

Area of possible application: the proposed approach to brand formation and the developed strategic recommendations can be practically applied in the process of strengthening brand identity and positioning of BSB Bank JSC.

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.