

**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 DEVELOPMENT AND PROMOTION (USING THE EXAMPLE OF
LLC «INDUSTRY OF STYLE»)**

FEDARENKA Arina Dmitrievna

Scientific supervisor
Pyko Alexandr Vladimirovich
PhD in History of Art, Associate Professor

Minsk, 2025

Дипломная работа: 75 с., 23 рис., 8 таб., 50 источников, 4 прил.
РЕКЛАМНЫЙ БРЕНД, РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО БРЕНДА,
ПРОДВИЖЕНИЕ РЕКЛАМНОГО БРЕНДА, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ
РЕКЛАМНОГО БРЕНДА, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Цель исследования: разработать предложения по повышению эффективности рекламы бренда ООО «Индустрия стиля».

Объект исследования: ООО «Индустрия стиля».

Предмет исследования: маркетинговая деятельность ООО «Индустрия стиля».

Методы исследования: анализ и синтез, метод сравнения, графический способ, коэффициентный метод, метод моделирования, логический подход к оценке экономических явлений.

Исследования и разработки: в исследовании рассматриваются теоретические основы эффективности рекламы, анализируется текущая маркетинговая деятельность ООО «Индустрия стиля», выявляются ключевые недостатки существующей рекламной стратегии и предлагается комплекс мер, направленных на повышение узнаваемости бренда и вовлеченности покупателей.

Область возможного применения: результаты исследования могут быть использованы ООО «Индустрия стиля» и аналогичными розничными или дистрибьюторскими компаниями, стремящимися повысить эффективность рекламы, увеличить лояльность покупателей и оптимизировать свои маркетинговые бюджеты.

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: 75 с., 23 мал., 8 табл., 50 крыніц, 4 дадаткаў
РЭКЛАМНЫ БРЭНД, РАСПРАЦОЎКА РЭКЛАМНАГА БРЭНДА,
ПРАСОЎВАННЕ РЭКЛАМНАГА БРЭНДА, АЦЭНКА ЭФЕКТЫЎНАСЦІ
РЭКЛАМНАГА БРЭНДА, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ

Мэта даследавання: распрацаваць прапановы па павышэнню
эфектыўнасці рэкламы брэнда ТАА «Індустрыя Стылю».

Аб'ект даследавання: ТАА «Індустрыя Стылю».

Прадмет даследавання: маркетынговая дзейнасць ТАА «Індустрыя
Стылю».

Метады даследавання: Аналіз і сінтэз, метады параўнання, графічны
спосаб, коэффициентны метады, метады мадэлявання, лагічны падыход да ацэнкі
эканамічных з'яў.

Даследаванні і распрацоўкі: У даследаванні разглядаюцца тэарэтычныя
асновы эфектыўнасці рэкламы, аналізуецца бягучая маркетынговая дзейнасць
ТАА «Індустрыя Стылю», выяўляюцца ключавыя недахопы існуючай рэкламнай
стратэгіі і прапануецца комплекс мер, накіраваных на павышэнне пазнавальнасці
брэнда і ўцягнутасці пакупнікоў.

Вобласць магчымага прымянення: вынікі даследавання могуць быць
выкарыстаны ТАА «Індустрыя Стылю» і аналагічнымі рознічнымі або
дыстрыбутарскімі кампаніямі, якія імкнуцца павысіць эфектыўнасць рэкламы,
павялічыць лаяльнасць пакупнікоў і аптымізаваць свае маркетынжавыя бюджэты.

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

Thesis paper: 75 p., 23 fig., 8 tabl., 50 sources, 4 app.

ADVERTISING BRAND, DEVELOPING ADVERTISING BRAND, PROMOTING ADVERTISING BRAND, EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING BRAND, MARKETING COMMUNICATION

Purpose of the research: to develop proposals to improve the effectiveness of the advertising brand LLC “Industry of Style”.

Object of the research: LLC “Industry of Style”.

Subject of the research: marketing and advertising activity of LLC “Industry of Style”.

Methods of research: analysis and synthesis, method of comparison, graphical method, coefficient method, modeling method, logical approach to the evaluation of economic phenomena.

Research methods: the research examines the theoretical foundations of advertising efficiency, analyzes the current marketing activities of LLC “Industry of Style”, identifies key weaknesses in the existing advertising strategy, and proposes a set of measures aimed at improving brand visibility and customer engagement. Economic evaluation of the proposed marketing tools (contextual and targeted advertising) is conducted using ROI calculations and revenue growth forecasts.

Area of possible application: The results of the study can be applied by LLC “Industry of Style” and similar retail or distribution companies seeking to improve advertising effectiveness, increase customer loyalty, and optimize their marketing budgets.

The author of the paper confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under the study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.