

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT
«SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY»**

CHAIR OF MARKETING

Diploma work summary

**DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL MARKETING OF THE
ORGANIZATION**

VOITSIK Ulyana Uladzimiroyna

Scientific supervisor
Liazhanskaya Polina Uladzimirauna
candidate of art History, associate professor

Minsk, 2025

Дипломная работа: 62 с., 11 рис., 10 табл., 61 источник
БРЕНД, БРЕНДИНГ, МАРКЕТИНГ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ
МАРКЕТИНГ

Цель исследования: разработать направления совершенствования брендинга ООО “Дивиан ИКО”.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. изучить современные технологии брендинга;
2. изучить нормативно-правовую базу брендинговой деятельности в Беларуси и за рубежом;
3. изучить организационно-экономическую структуру ООО “Дивиан ИКО”;
4. проанализировать брендинговые приоритеты и позиционирование Музея мороженого на белорусском и зарубежных рынках;
5. оценить эффективность применяемых технологий брендинга с использованием практических показателей эффективности;
6. сформулировать предложения по улучшению локализации бренда, цифрового присутствия и управления репутацией на зарубежных рынках.

Объект исследования: концепция брендинга в международном маркетинге.

Предмет исследования: брендинг ООО “Дивиан ИКО” на зарубежных рынках.

Методы исследования: аналитический метод, метод теоретического анализа и обобщения научной литературы, тематическое исследование, описательный и сравнительный методы, а также расчет показателей экономической эффективности.

Область возможного применения: предложенные рекомендации могут быть применены ООО “Дивиан ИКО” для повышения эффективности своей стратегии международного брендинга, особенно при выходе на новые зарубежные рынки. Результаты также могут быть использованы компаниями, занимающимися временными выставочными проектами и международным брендингом B2C в сфере образовательного и культурного туризма.

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 праца: 62 с., 11 мал., 10 табл., 61 крыніца

БРЭНД, БРЭНДЫНГ, МАРКЕТЫНГ, МІЖНАРОДНЫ МАРКЕТЫНГ

Мэта даследавання: распрацаваць напрамкі ўдасканалення брэндынгу ТАА "Дывіан ІКО".

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. вывучыць сучасныя тэхналогіі брэндынгу;
2. вывучыць нарматыўна-прававую базу брэндынгавай дзейнасці ў Беларусі і за мяжой;
3. вывучыць арганізацыйна-эканамічную структуру ТАА "Дывіан ІКО";
4. прааналізаваць брэндынгавыя прыярытэты і пазіцыянаванне Музея марожанага на беларускім і замежных рынках;
5. ацаніць эфектыўнасць ужывальных тэхналогій брэндынгу з выкарыстаннем практычных паказчыкаў эфектыўнасці;
6. сфармуляваць прапановы па паляпшэнню лакалізацыі брэнда, лічбавага прысутнасці і кіравання рэпутацыяй на замежных рынках.

Аб'ект даследавання: канцэпцыя брэндынгу ў міжнародным маркетынгу.

Прадмет даследавання: брэндынг ТАА "Дывіан ІКО" на замежных рынках.

Метады даследавання: аналітычны метады, метады тэарэтычнага аналізу і абагульнення навуковай літаратуры, тэматычнае даследаванне, апісальны і параўнальны метады, а таксама разлік паказчыкаў эканамічнай эфектыўнасці.

Вобласць магчымага прымянення: прапанаваныя рэкамендацыі могуць быць ужытыя ТАА "Дывіан ІКО" для павышэння эфектыўнасці сваёй стратэгіі міжнароднага брэндынгу, асабліва пры выхадзе на новыя замежныя рынкі. Вынікі таксама могуць быць выкарыстаны кампаніямі, якія займаюцца часовымі выставачнымі праектамі і міжнародным брэндынгам В2С у сферы адукацыйнага і культурнага турызму.

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.

Diploma work: 62 p., 11 figures, 10 tables, 61 sources

BRAND, BRANDING, MARKETING, INTERNATIONAL MARKETING

The purpose of the study: to develop directions for the improvement of LLC “Divian IKO’s” branding.

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

1. to study modern branding technologies;
2. to study the regulatory framework of branding activities in Belarus and abroad;
3. to study the organizational and economic structure of Divian IKO LLC;
4. analyze the branding priorities and positioning of the Ice Cream Museum in the Belarusian and foreign markets;
5. Evaluate the effectiveness of applied branding technologies using practical performance indicators;
6. Formulate proposals to improve brand localization, digital presence, and reputation management in foreign markets.

The object of research: the concept of branding in international marketing.

The subject of the research is the branding of Divian IKO LLC in foreign markets.

Research methods: analytical method, method of theoretical analysis and generalization of scientific literature, case study, descriptive and comparative methods, as well as calculation of economic efficiency indicators.

Scope of possible application: the proposed recommendations can be applied by Divian IKO LLC to improve the effectiveness of its international branding strategy, especially when entering new foreign markets. The results can also be used by companies engaged in temporary exhibition projects and international B2C branding in the field of educational and cultural tourism.

The author of the paper 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.