

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**РАЗВИТИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ОЦЕНКА ЕГО
РЕЗУЛЬТАТОВ**

КЛИМЕЦ Лада Мария Александровна

**Руководитель
Кудасова Елена Валерьевна,
старший преподаватель, магистр**

Минск, 2025

Дипломная работа: 64 с., 3 рис., 8 табл., 54 источника, 4 прил.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, БРЕНД, МАРКЕТИНГ, ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ, ROI, МЕДИЙНЫЕ КАНАЛЫ, САЙТ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, SMM, ПРОДВИЖЕНИЕ

Цель исследования: разработать направления развития фирменного стиля ООО «ЛиА Пак».

Объект исследования: фирменный стиль в маркетинге.

Предмет исследования: фирменный стиль ООО «ЛиА Пак».

Методы исследования: фокус-группа, опрос, сравнение, цепных подстановок, балансовый метод, прием абсолютных разниц, расчет средних и относительных величин и др.

Исследования и разработки: проанализированы теоретико-методологических подходы по проблеме развития и оценки фирменного стиля организации, дана оценка оценке фирменному стилю ООО «ЛиА Пак», разработаны и оценены мероприятия по формированию фирменного стиля ООО «ЛиА Пак».

Область возможного практического применения: организации Республики Беларусь.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней фактический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 64 p., 3 figures, 8 tables, 54 sources, 4 appendices.

CORPORATE IDENTITY, BRAND, MARKETING, DIGITAL MARKETING, ROI, MEDIA CHANNELS, WEBSITE, SOCIAL NETWORKS, SMM, PROMOTION

The purpose of the study: to develop the directions of corporate identity development of LiA Pak LLC.

The object of research: corporate identity in marketing.

The subject of the research is corporate identity of LiA Pak LLC.

Research methods: focus group, survey, comparison, chain substitutions, balance method, reception of absolute differences, calculation of average and relative values, etc.

Research and development: theoretical and methodological approaches to the problem of developing and evaluating the corporate identity of an organization are analyzed, the assessment of the corporate identity of LiA Pak LLC is given, measures for the formation of the corporate identity of LiA Pak LLC are developed and evaluated.

Field of possible practical application: organizations of the Republic of Belarus.

The author of the work confirms that the factual material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная праца: 64 с., 3 мал., 8 табл., 54 крыніцы, 4 прым.

ФІРМОВЫ СТЫЛЬ, БРЭНД, МАРКЕТЫНГ, ЛІЧБАВЫ МАРКЕТЫНГ, ROI, МЕДЫЙНЫЯ КАНАЛЫ, САЙТ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, SMM, ПРАСОЎВАННЕ

Мэта даследавання: распрацаваць напрамкі развіцця фірмовага стылю ТАА «ЛіА Пак».

Аб'ект даследавання: фірмовы стыль у маркетынгу.

Прадмет даследавання: фірмовы стыль ТАА «ЛіА Пак».

Метады даследавання: фокус-група, апытанне, параўнанне, ланцужных падстановак, балансавая метада, прыём абсалютных розніц, разлік сярэдніх і адносных велічынь і інш.

Даследаванні і распрацоўкі: прааналізаваны тэарэтыка-метадалагічных падыходы па праблеме развіцця і ацэнкі фірмовага стылю арганізацыі, дадзена ацэнка ацэнку фірмоваму стылю ТАА «ЛіА Пак», распрацаваны і ацэнены мерапрыемствы па фарміраванні фірмовага стылю ТАА «ЛіА Пак».

Вобласць магчымага практычнага прымянення: арганізацыі Рэспублікі Беларусь.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй фактычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.