

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ БРЕНДИНГА В
СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ**

КУЗЬМЕНКОВА Александра Владимировна

**Руководитель
Лежанская Полина Владимировна
кандидат искусствоведения, доцент**

Минск, 2025

Дипломная работа: 61 с., 16 рис., 7 табл., 59 источников, 2 прилож.

МАРКЕТИНГ, БРЕНД, БРЕНДИНГ, РЕКЛАМА

Цель исследования: разработка предложений по совершенствованию брендинга ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного университета».

Объект исследования: брендинг.

Предмет исследования: брендинг в Институте бизнеса БГУ.

Методы исследования: анализ научной литературы и документов организации, индукция, анализ существующих элементов бренда Института бизнеса БГУ, обобщение и системный подход.

Исследования и разработки: проанализированы теоретические основы брендинга и его роли в рекламе, рассмотрены показатели эффективности брендинга, проведён анализ бренда ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного университета» с целью повышения эффективности его маркетинговой деятельности, сделаны соответствующие предложения.

Область возможного применения: ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного университета».

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: 61 с., 16 мал., 7 табл., 59 крыніц, 2 дадат.

МАРКЕТЫНГ, БРЭНД, БРЭНДЫНГ, РЭКЛАМА

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па ўдасканаленні брэндынгу ДУА «Інстытут бізнесу Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта».

Аб'ект даследавання: брэндынг.

Прадмет даследавання: брэндынг у Інстытуце бізнесу БДУ.

Метады даследавання: аналіз навуковай літаратуры і дакументаў арганізацыі, індукцыя, аналіз існуючых элементаў брэнда Інстытута бізнесу БДУ, абагульненне і сістэмны падыход.

Даследаванні і распрацоўкі: прааналізаваны тэарэтычныя асновы брэндынгу і яго ролі ў рэкламе, разгледжаны паказчыкі эфектыўнасці брэндынгу, праведзены аналіз брэнда ДУА «Інстытут бізнесу Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта» з мэтай павышэння эфектыўнасці яго маркетынгавай дзейнасці, зроблены адпаведныя прапановы.

Вобласць магчымага прымянення: ДУА «Інстытут бізнесу Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта».

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

Diploma work: 61 p., 16 figures, 7 tables, 59 sources, 2 appendices
MARKETING, BRAND, BRANDING, ADVERTISING

Aim of the study: development of proposals for improving the branding of School of Business of BSU.

Object of study: branding.

Subject of study: branding at School of Business of BSU.

Research methods: analysis of scientific literature and organization documents, induction, analysis of existing elements of the brand of School of Business of BSU, generalization and system approach.

Research and development: the theoretical foundations of branding and its role in advertising were analyzed, branding efficiency indicators were considered, the brand analysis of School of Business of BSU was conducted in order to improve the efficiency of its marketing activities, and relevant proposals were made.

Possible application area: School of Business of BSU.

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.