

**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**

КУЛИНКОВИЧ Яна Антоновна

Научный руководитель:
кандидат искусствоведения,
доцент П.В.Лежанская

Минск, 2025

Дипломная работа: 83 с., 42 рис., 4 табл., 67 источников.

МАРКЕТИНГ, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, КОРПОРАТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ.

Целью дипломной работы является разработка предложений по совершенствованию фирменного стиля СП «Стилмарк».

Объект исследования: фирменный стиль.

Предмет исследования: оценка результативности фирменного стиля СП «Стилмарк».

Методы исследования: анализ научной литературы и документов организации, индукция, анализ существующих элементов фирменного стиля СП «Стилмарк», обобщение и системный подход.

Исследования и разработки: проанализированы теоретические основы фирменного стиля и его значение в маркетинге, рассмотрены показатели эффективности фирменного стиля, проведён анализ фирменного СП «Стилмарк» с целью повышения эффективности его маркетинговой деятельности, сделаны соответствующие предложения.

Область возможного применения: СП «Стилмарк».

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: 83 с., 42 мал., 4 табл., 67 крыніц.

МАРКЕТЫНГ, ФІРМОВЫ СТЫЛЬ, КАРПАРАТЫЎНАЯ ІДЭНТЫЧНАСЦЬ, АЦЭНКА ЭФЕКТЫЎНАСЦІ.

Мэтай даследавання з'яўляецца распрацоўка прапаноў па ўдасканаленні фірмовага стылю СП «Стылмарк».

Аб'ект даследавання: фірмовы стыль.

Прадмет даследавання: ацэнка выніковасці фірмовага стылю СП «Стылмарк».

Метады даследавання: аналіз навуковай літаратуры і дакументаў арганізацыі, індукцыя, аналіз існуючых элементаў фірмовага стылю СП «Стылмарк», абагульненне і сістэмны падыход.

Даследаванні і распрацоўкі: прааналізаваны тэарэтычныя асновы фірмовага стылю і яго значэнне ў маркетынгу, разгледжаны паказчыкі эфектыўнасці фірмовага стылю, праведзены аналіз фірмовага СП «Стылмарк» з мэтай павышэння эфектыўнасці яго маркетынгавай дзейнасці, зробленыя адпаведныя прапановы.

Вобласць магчымага прымянення: СП «Стылмарк».

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

Diploma work: 83 p., 42 figures, 4 tables, 67 sources.

MARKETING, CORPORATE STYLE, AND EFFICIENCY ASSESSMENT.

Aim of the study: development of proposals to improve the corporate identity of the JV «Stillmark».

Object of study: corporate style.

Subject of study: evaluation of the effectiveness of the corporate identity of JV «Stillmark».

Research methods: analysis of scientific literature and documents of the organization, induction, analysis of existing elements of the corporate identity of JV «Stillmark», generalization and a systematic approach.

Research and development: the theoretical foundations of corporate identity and its importance in marketing are analyzed, the indicators of corporate identity effectiveness are considered, the analysis of the JV «Stillmark» is carried out in order to increase the effectiveness of its marketing activities, and appropriate proposals are made.

Possible application area: JV «Stillmark».

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.