

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИЛЫ БРЕНДА

ПЕТРОВИЧ Анна Павловна

**Руководитель
Тришина Снежана Леонидовна,
старший преподаватель**

Минск, 2025

Дипломная работа: 63 с., 9 рис., 8 табл., 54 источника, 4 прил.

БРЕНД, СИЛА БРЕНДА, ЛОГОТИП, СЛОГАН, СИМВОЛ, ШРИФТ, КАНАЛЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ, ИНТЕРНЕТ, SMM, ПРОДВИЖЕНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, РЕКЛАМА, ТАРГЕТ

Цель исследования: разработка предложений по развитию силы бренда «МТЗ».

Объект исследования: концепция бренда.

Предмет исследования: особенности маркетингового обеспечения силы бренда «МТЗ».

Методы исследования: анализ литературных источников, традиционный анализ документов, сравнение, балансовый метод, приём абсолютных разниц, расчет средних и относительных величин и др.

Исследования и разработки: исследованы теоретические аспекты маркетингового обеспечения силы бренда; проведен анализ и оценка силы бренда «МТЗ»; разработаны предложения, направленные на развитие силы бренда «МТЗ».

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: 63 p., 9 figures, 8 tables, 54 sources, 4 appendices.

BRAND, BRAND STRENGTH, LOGO, SLOGAN, SYMBOL, FONT, MARKETING COMMUNICATION CHANNELS, INTERNET, SMM, PROMOTION, EFFICIENCY, ADVERTISING, TARGET

The purpose of the research development of proposals for the development of the strength of the MTZ brand.

The object of research: brand concept.

Subject of the research: features of marketing support for the strength of the MTZ brand.

Research methods: analysis of literary sources, traditional analysis of documents, comparison, balance method, reception of absolute differences, calculation of average and relative values, etc.

Research and development: theoretical aspects of marketing support for brand strength were studied; analysis and assessment of the strength of the MTZ brand were conducted; proposals aimed at developing the strength of the MTZ brand were developed.

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: 63 с., 9 мал., 8 табл., 54 крыніцы, 4 прым.

БРЭНД, СІЛА БРЭНДА, ЛАГАТЫП, СЛОГАН, СІМВАЛ, ШРЫФТ, КАНАЛЫ МАРКЕТЫНГАВЫХ КАМУНІКАЦЫЙ, ІНТЭРНЭТ, SMM, ПРАСОЎВАННЕ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, РЭКЛАМА, ТАРГЕТ

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па развіццю сілы брэнда "МТЗ".

Аб'ект даследавання: канцэпцыя брэнда.

Прадмет даследавання: асаблівасці маркетынгавага забеспячэння сілы брэнда "МТЗ".

Метады даследавання: аналіз літаратурных крыніц, традыцыйны аналіз дакументаў, параўнанне, балансавая метада, прыём абсалютных розніц, разлік сярэдніх і адносных велічынь і інш.

Даследаванні і распрацоўкі: даследаваны тэарэтычныя аспекты маркетынгавага забеспячэння сілы брэнда; праведзены аналіз і ацэнка сілы брэнда "МТЗ"; распрацаваны прапановы, накіраваныя на развіццё сілы брэнда "МТЗ".

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.