

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации**

РАКОВА
Алина Леонидовна

**БРЕНДИНГ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ
ПОТРЕБИТЕЛЮ
(на примере сайта swisstime.by)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель
кандидат философских наук,
доцент Н.В. Ефимова

Минск, 2020

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – продвижение товаров и услуг потребителям. Предмет исследования дипломной работы – брендинг как технология и практика продвижения товаров и услуг на потребительском рынке. Цель дипломной работы - предложить пути и способы повышения эффективности брендинговых стратегий бизнес-организаций, осуществляющих свою деятельность на потребительских рынках. Исследование основывается на общенаучных исследовательских подходах, используются методы сравнительного анализа и информационно-смыслового анализа, интервью с экспертами.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выявлено место брендинга в системе факторов, влияющих на поведение потребителя, классифицированы стратегии позиционирования, их влияние на продвижение бренда, выявлены особенности контекстной рекламы, как инструмента брендинга, определены наиболее эффективные способы использования контекстной рекламы для достижения целей и задач брендинга, проанализировано влияние контекстной рекламы на продвижение бренда на примере бренда «SwissTime».

Новизна полученных результатов обусловлена ограниченным традиционным предложением в сфере брендинга на фоне растущего спроса в данной сфере, недостаточной информированностью о использовании новых инструментов для построения бренда. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться при построении стратегий брендинга и их реализаций в компаниях, осуществляющих свою деятельность на потребительских рынках.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: брендинг, бренд, инструменты брендинга, фирменный стиль, позиционирование, позиционирование бренда, основание для позиционирования, контекстная реклама, поисковая реклама, медийная реклама, ремаркетинг, ретаргетинг, целевая группа (аудитория), маркетинг, маркетинговые технологии.