

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

«РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ БРЕНДИНГУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ»

Виконала: здобувач 4 курсу,

групи МГ-163с

Спеціальності 075Маркетинг

Бородіна Єлизавета Олександрівна

Керівник: Яременко С.С., к.е.н., доцент

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Бородіна Є.О. «Розробка стратегії брендингу для підприємства сфери послуг»

В кваліфікаційній роботі обґрунтовано поняття і сутність бренду; визначені підходи до процесу управління брендом на підприємстві; виявлені особливості процесу розробки стратегії брендингу. Було надано організаційно-економічну характеристику кафе «Гавар» і проведено аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Було розроблено стратегію розвитку бренду підприємства; виконано SWOT – аналіз для кафе «Гавар». В роботі запропоновано маркетингові заходи, спрямовані на розвиток бренду підприємства й обґрунтовано ефективність впровадження змін

Ключові слова: управління брендом, маркетингове середовище, розробка стратегії брендингу, SWOT – аналіз, організаційно-економічна характеристика, позиціонування бренду, ефективність заходів.

SUMMARY

Borodina Ye.O. "Development of a branding strategy for a service company"

The concept and essence of the brand are substantiated in the qualification work; identified approaches to the process of brand management in the enterprise; identified features of the process of developing a branding strategy. The organizational and economic characteristics of the cafe "Gavar" were given and the analysis of the internal and external environment of the enterprise was carried out. The company's brand development strategy was developed; SWOT analysis was performed for Gavar cafe. The paper proposes marketing measures aimed at developing the brand of the enterprise and substantiates the effectiveness of change

Key words: brand management, marketing environment, branding strategy development, SWOT - analysis, organizational and economic characteristics, brand positioning, effectiveness of measures.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ БРЕНДИНГУ	9
1.1. Поняття і сутність бренду	9
1.2. Підходи до процесу управління брендом на підприємстві	16
1.3. Процес розробки стратегії брендингу	27
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ БРЕНДИНГУ КАФЕ «ГАВАР»	35
2.1. Характеристика підприємства та його аналіз господарської діяльності	35
2.2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства	45
2.3. Сегментування ринку, позиціонування та сприйняття бренду підприємства	56
2.4. SWOT-аналіз підприємства	62
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ БРЕНДИНГУ КАФЕ «ГАВАР»	65
3.1. Стратегія розвитку бренду підприємства	65
3.2. Планування маркетингових заходів в рамках запропонованої стратегії	69
3.3. Обґрунтування ефективності впровадження змін	72
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79