

РЕФЕРАТ

Дипломна робота на тему «**Бренд-менеджмент підприємства на інноваційних засадах (на прикладі ТОВ «Богдан Ліфт»)**» містить 75 сторінок, 5 таблиць, 7 рисунків. Перелік посилань нараховує 41 найменування.

Метою роботи є дослідження теоретичних основ та розробка практичних заходів бренд-менеджменту на інноваційних засадах.

Об'єктом дослідження є система бренд-менеджменту підприємства на інноваційних засадах.

Предметом дослідження є стан системи бренд-менеджменту підприємства ТОВ «Богдан Ліфт».

Методи дослідження: системний підхід, метод групування, методи економічного аналізу, графічного моделювання організаційних структур.

Результати дослідження можуть бути використані на практиці вітчизняними підприємствами, зокрема ТОВ «Богдан Ліфт». Представлений у роботі алгоритм оцінки складових бренд-менеджменту на інноваційних засадах підприємства дозволять забезпечити стабілізацію економічних показників, підвищити гнучкість і адаптивність внутрішнього середовища підприємства та забезпечити прибутковість від економічної діяльності підприємства в довгостроковому періоді.

Рекомендації щодо використання результатів роботи. Запропоновані та обґрунтовані у роботі шляхи вдосконалення системи бренд-менеджменту підприємства, дозволять забезпечити розвитку підприємства на інноваційних засадах в умовах невизначеності ринкового попиту та нестабільного зовнішнього середовища.

Результати перевірки можливостей практичного використання отриманих результатів. Керівництву ТОВ «Богдан Ліфт» дозволяється використовувати запропоновані пропозиції та рекомендації дипломної роботи щодо вдосконалення бренд-менеджменту для забезпечення розвитку підприємства.

Ключові слова: бренд-менеджмент, принципи бренд-менеджменту, інструменти бренд-менеджменту, інновації, бренд, промислове підприємство, управління брендом, брендінг, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище, економічна ефективність.

ABSTRACT

The thesis on the subject «**Brand management of the enterprise on an innovative basis (using the case of LLC «Bogdan Elevator»)**» contains 75 pages, 5 tables, 7 figures. The list of references has 41 titles.

The goal of the research is research of theoretical foundations and development of practical measures of brand management on an innovative basis.

The object of research is the brand-management system of the enterprise on an innovative basis.

The subject of the research is the state of the brand management system of the LLC «Bogdan Elevator».

Research methods: systematic approach, grouping method, methods of economic analysis, graphical modeling of organizational structures.

The results of the research can be used in practice by domestic enterprises, in particular LLC Bogdan Elevator. The presented algorithm of estimation of components of brand management on the innovative basis of the enterprise will allow to stabilize economic indicators, increase flexibility and adaptability of the internal environment of the enterprise and provide profitability from economic activity of the enterprise in the long-term period.

Recommendations about the usage and application of the results of research. The ways of improvement of the brand-management system of the enterprise, proposed and grounded in the work, will allow to ensure the development of the enterprise on an innovative basis in conditions of uncertainty of market demand and unstable external environment.

The verification results of the practical usage of the results of bachelor's thesis. The management of LLC Bogdan Elevator is allowed to use the offered suggestions and recommendations of the thesis to improve brand management to ensure the development of the enterprise.

Keywords: brand management, brand management principles, brand management tools, innovation, brand, industrial enterprise, brand management, branding, internal environment, environment, economic efficiency.