


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»


ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
 Н.П. Пономарёва
« 03 » 06 2022г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

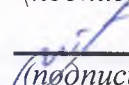
«Разработка рекламной кампании по продвижению услуг организации
(на примере ЗАО «БЕЛАВТОРЕСУРС»)»

Специальность 1-27 03 02 «Управление дизайн-проектами на промышленном
предприятии»

Обучающийся
группы 10508118

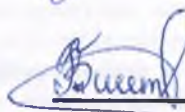
 25.05.2022 К.В. Ермалович
(подпись, дата)

Руководитель

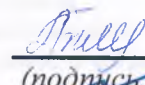
 03.06.22 Т.А. Зысь
(подпись, дата)

Консультанты:

по документационному
оформлению дизайнерского
решения

 30.05.22 Т.В. Пужель
(подпись, дата)

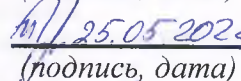
по графической разработке проекта

 30.05.22 Л.М. Булло
(подпись, дата)

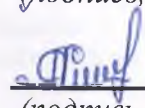
по применению экономико-
математических методов

 В.В. Кожар
(подпись, дата)

по охране труда

 25.05.2022 И.Н. Ушакова,
(подпись, дата) канд. техн. наук, доцент

Ответственный за нормоконтроль

 03.06.22 А.В. Смёткина
(подпись, дата)

Объем проекта:

расчетно-пояснительная записка – 104 страниц

графическая часть – 10 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2022

РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 104 с., 10 рис., 29 табл., 30 источников, 2 прил.

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ, РЕКЛАМА, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КОНТЕНТ, БРЕНДИНГ

Объектом исследования является ЗАО «Белавторесурс».

Цель проекта: анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия, разработка рекомендаций и организационно-экономических мероприятий по созданию рекламной кампании для ЗАО «Белавторесурс».

В процессе работы над проектом применялись следующие методы исследования: анализ и обработка литературных источников, специализированных материалов и данных исследуемых объектов, балансовый анализ, расчетно-конструктивный, структурный анализ, SWOT-анализ, аналитический, монографический, статистический, графический, экономико-математический методы.

Элементами научной новизны (практической значимости) полученных результатов являются разработка, ранее не проводившихся, мероприятий по созданию рекламной кампании, направленного на продвижение бренда и услуг ЗАО «Белавторесурс».

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломном проекте расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (разрабатываемого объекта), все заимствованные из литературных источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тангейт, М. Всемирная история рекламы / М. Тангейт — «Альпина Диджитал», 2007.
2. Головлева, Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. – М.: ОАО «Московские учебники», 2006. – 271 с.
3. Сулягин, Ю.А. Реклама. Учебное пособие. / Ю. А. Сулягин, В. В. Петров – М., 2006. – 532 с.
4. Маркетинг: Общий курс: Учебное пособие /Под ред. Н. Я. Калюжниковой, А. Я. Якобсона. – 2-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2007. – 795 с.
5. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с.
6. Голубков, Е.П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М.: Фин-Пресс, 2003. – 688 с.
7. Реклама в бизнесе: Учеб. Пособие / сост. Т.К. Серёгина, Л.М. Титкова / Под общ. Ред. Дашкова. – М.: 2005. – 112с.
8. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: Учеб. Пособие / Науч. ред. М.В. Удальцова. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 230 с.
9. Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров: пер. с англ. / Под ред Л.А. Волковой. – СПб.:, 2001. – 656 с.
10. Серегина Т.К. Реклама в бизнесе/ Т.К. Серегина, Л.М. Титкова. – М.:Маркетинг,1996.–112с.
11. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2017. – 288 с.
12. Кортлэнд Л.А. Современная реклама /Л.А. Кортлэнд. М.: Издательский дом Довгань, 2014. - 704 с
13. Шейнов, В.П. Эффективная реклама. Секреты успеха / В.П. Шейнов. - М.: Ось-89, 2015 .-448 с.
14. Хорькова, Д.Д. Россшпер Дж. Р. Реклама и продвижение товаров / Дж.Р. Россшпер. - СПб: Питер, 2013. - 286 с
15. Эффективность онлайн-рекламы и присутствие в социальных медиа [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/mr/media/online_adv.htm. – Дата доступа: 13.05.2022.
16. Бацюн, Н.В. Менеджмент в рекламе / Н.В. Бацюн. - М.: РИОР, Инфра-М, 2010 .- 176 с.
17. Батра, Р. Рекламный менеджмент / Р. Батра, Дж. Дж. Майерс, Д.А. Аакер. - М.: Бизнес-школа, 2012. - 780 с.
18. Гуров Ф.Н. продвижение бизнеса в Интернет / Гуров Ф.Н. — М.: Вершина, 2008. — 136С.
19. Хромов Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика / Л.Н. Хромов. - М.: Фониум, 2013. - 308 с.
20. Зеньков В.С. Оценка эффективности регулирования рекламной деятельности / В.С. Зеньков, Т.П. Тихоненко. - М.: Рекламная деятельность, 2011. - 43 с.

21. Хромов Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика / Л.Н. Хромов. - М.: Фониум, 2013. - 308 с.
22. Об утверждении гигиенического норматива (ГН-11) «Показатели безопасности и безвредности шумового воздействия на человека»: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 25 января 2021 г., № 37. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tpra.by>. – Дата доступа: 15.05.2022.
23. СН 2.02.05-2020 Строительные нормы Республики Беларусь. Пожарная безопасность зданий и сооружений. Утверждены и введены в действие постановлением Министерства архитектуры и строительства от 12 ноября 2020 г. № 79. – Минск 2021: РУП «Стройтехнорм». – 70 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tpra.by>. – Дата доступа: 15.05.2022.
24. ТКП 474–2013 (02300). Категорирование помещений, зданий и наружных установок по взрывопожарной и пожарной опасности. – Введ. 2013-04-15. – Минск : Министерство по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь, 2013. – 64 с.
25. СН 2.02.03-2019 Строительные нормы Республики Беларусь. Пожарная автоматика зданий и сооружений. Утверждены и введены в действие постановлением Министерства архитектуры и строительства от 29 ноября 2019 г. № 64. – Минск 2020: РУП «Стройтехнорм». – 86 с.
26. Об утверждении гигиенического норматива (ГН-9) «Микроклиматические показатели безопасности и безвредности на рабочих местах»: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 25 января 2021 г., № 37. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tpra.by>. – Дата доступа: 15.05.2022.
27. Об утверждении гигиенического норматива (ГН-18) «Показатели безопасности и безвредности факторов производственной среды и трудового процесса при работе с видеодисплейными терминалами и электронно-вычислительными машинами»: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 25 января 2021 г., № 37. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tpra.by>. – Дата доступа: 15.05.2022.
28. Об утверждении гигиенического норматива «Предельно допустимые концентрации вредных веществ в воздухе рабочей зоны»: постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь, 11 октября 2017 г., № 92 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>. – Дата доступа: 15.05.2022.
29. СН 2.04.03 – 2020 Строительные нормы Республики Беларусь «Естественное и искусственное освещение». Утверждены и введены в действие постановлением Министерства архитектуры и строительства от 30 октября 2020 г. № 70. – Минск 2021: РУП «Стройтехнорм». – 86 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tpra.by>. – Дата доступа: 15.05.2022.
30. Девисиллов В.А. / Охрана труда. Учебник. – 2-е издание испр. и доп. – М.: Форум, ИНФРА, 2006. 380 с.