


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»


ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
 Н.И. Пономарёва
« 31 » 05 2022г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

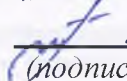
«Разработка дизайна презентационного каталога продукции предприятия
(на примере ООО «Кружева»)»

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

Обучающийся
группы 10508118


 15.05.2022 И.В. Новикова
(подпись, дата)

Руководитель

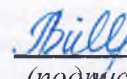
 30.05.2022 Т.А. Зысь
(подпись, дата)

Консультанты:

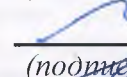
по документационному
оформлению дизайнерского
решения

 31.05.22 А.И. Сорокина,
(подпись, дата) канд. пед. наук, доцент

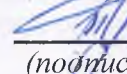
по графической разработке проекта

 25.05.22 Л.М. Булло
(подпись, дата)


по применению экономико-
математических методов

 В.В. Кожар
(подпись, дата)

по охране труда

 31.05.2022 И.Н. Ушакова,
(подпись, дата) канд. техн. наук, доцент

Ответственный за нормоконтроль

 31.05.22 А.В. Сметкина
(подпись, дата)

Объем проекта:

расчетно-пояснительная записка – 100 страниц

графическая часть – 10 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2022

РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 100 с., 8 рис., 42 табл., 32 источника, 2 прил.

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ, ДИЗАЙН КАТАЛОГА, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПОВЫШЕНИЕ ПРОДАЖ

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Кружева».

Цель проекта: анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия, разработка рекомендаций и организационно-экономических мероприятий по созданию презентационного каталога продукции для ООО «Кружева».

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 практической значимости полученных результатов являются анализ возможностей дизайнерской деятельности на предприятии и разработка презентационного каталога, направленного на повышение продаж ООО «Кружева».

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 ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Андреев, Н. Маркетинг и маркетинговые исследования. М.: Полиум, "Информ-студио"., 2009. – 230 с.
2. Снежинская, М.В. Трейд-маркетинг – гарантия успешной торговли, или, как стимулировать оптовых и розничных торговцев / М. В. Снежинская, Н.С. Носова. – М.: Дашков и К, 2016. – 224 с.
3. Коляда, А. Маркетинг, который работает. Создание эффективной маркетинговой стратегии в отечественных условиях. / А. Коляда. – Минск: Издательство Гревцова, 2006. – 240 с.
4. Левитас, А. Экспресс-маркетинг. Быстро, конкретно, прибыльно. / А. Левитас. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 224 с.
5. Глубокий, С. В., Зубрицкий, А. Ф. Стратегический и оперативный маркетинг. Часть 1. – Минск, ВУЗ-ЮНИТИ, 2001. – 126 с.
6. Басовский, Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 219 с.
7. Глубокий, С. В. Разработка маркетинговых стратегий промышленного предприятия. – Минск, БГПА, 1998. – 68 с.
8. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 304 с.
9. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: Учебник. – М.: КРОНУС, 2005. – 672 с.
10. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2017. – 288 с.
11. Синяева, И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: учеб. для студ. вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-Дана, 2003. – 144 с.
12. Строков, В.С. Управление маркетингом на предприятии. – М.: ПКФ "Хорс-2", 2004. – 239 с.
13. Лысенко, Д. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д. В. Лысенко. – М.: Инфра-М, 2017. – 320 с.
14. Губина, О. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. / О.В. Губина, В.Е. Губин. – М.: Инфра-М, 2014. – 340 с.
15. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2017. – 288 с.
16. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи: Элис Туэмлоу – Санкт-Петербург, Астрель, АСТ, 2006 г. – 256 с.
17. Веркман, К. Товарные знаки: создание, психология, восприятие. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 520 с.
18. Сенаторов, А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблицер, 2016. – 153 с.
19. Разновидность полиграфии и их стили [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webdesign.ru.net> – Дата доступа: 17.05.2022.

20. Шрифт и его элементы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://students-library.com/library/read/40544-srifi-i-ego-elementy.htm>. – Дата доступа: 17.05.2022.

21. Цвет в системе фирменного стиля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.castcom.ru/> – Дата доступа: 17.05.2022.

22. Колористика, психология восприятия цвета, цвет и человек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rosdesign.com/design/kolorofdesign.html>. – Дата доступа: 17.05.2022.

23. Символика цвета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.lucom.ru/simvolika_cvet.html. – Дата доступа: 17.05.2022.

24. Хорохордин, В. Д. Дизайн продуктов, дизайн интерьеров, дизайн среды – дизайн мышления / В. Д. Хорохордин. – СПб.: Питер, 2021. – 353 с.

25. Мартин, Б. А. Универсальные методы дизайна / Б. А. Мартин, Б. В. Ханнингтон. – СПб.: Питер, 2019. – 208 с.

26. Тимофеев, М.И. Маркетинг. / М.И. Тимофеев. – М.: Инфра-М, 2015. – 224 с.

27. Эконометрика и экономико-математические методы и модели: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / Г. О. Чистая [и др.]; под ред. Г.О. Чистой, С.Ф. Миксюк. – Минск: БГЭУ, 2018. – 511 с.

28. Экономико-математические методы и модели [Электронный ресурс]: практикум с использованием электронных таблиц / В.П. Грибкова [и др.]; Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Основы бизнеса». – Минск: БНТУ, 2014. – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/handle/data/6599>. – Дата доступа: 18.05.2022.

29. Об утверждении санитарных норм и правил «Требования при работе с видеодисплейными терминалами и электронно-вычислительными машинами»: постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь, 28 июня 2013 г., № 59 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>. – Дата доступа: 18.05.2022.

30. Об утверждении санитарных норм и правил «Требования к микроклимату рабочих мест в производственных и офисных помещениях»: постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь, 30 апреля 2013 г., № 33 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>. – Дата доступа: 18.05.2022.

31. Об утверждении гигиенического норматива «Микроклиматические показатели безопасности и безвредности на рабочих местах»: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 25 января 2021 г., № 37. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tnpa.by>. – Дата доступа: 18.05.2022.

32. 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: 18.05.2022.