

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ  
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»


ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ Н.П. Пономарёва  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

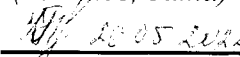
«Создание и разработка дизайн-концепции упаковки по заказу организации  
(на примере ОДО «ДРУК-С»)»

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

Обучающийся  
группы 10508118

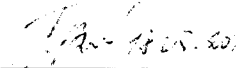
  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата) Е.И. Рьбко

Руководитель

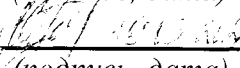
  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата) Н.П. Пономарёва,  
канд. экон. наук, доцент

Консультанты:

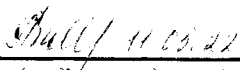
по проектной части

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата) Т.В. Мороз

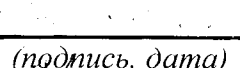
по документационному оформлению  
дизайнерского решения

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата) Е.Н. Лазарева

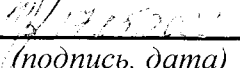
по графической разработке проекта

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата) Л.М. Булло

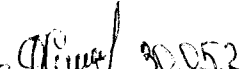
по применению экономико-  
математических методов

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата) В.В. Кожар

по охране труда

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

Ответственный за нормоконтроль

  
\_\_\_\_\_  
(подпись, дата) А.В. Смёткина

Объем проекта:

расчетно-пояснительная записка – \_\_\_\_ страниц

графическая часть – \_\_\_\_ листов

магнитные (цифровые) носители – \_\_\_\_ единиц

Минск 2022

## РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 104 с., 27 рис., 34 табл., 31 источник, 2 прил.

### ДИЗАЙН, ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ, УПАКОВКА, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПОТРЕБИТЕЛИ, ТИПОГРАФИЯ

Объектом исследования является общество с дополнительной ответственностью «ДРУК-С».

Цель проекта: разработка дизайна упаковки для организации, направленная на повышение узнаваемости типографии ОДО «Друк-С».

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, PESTEL-анализ, аналитический, монографический, статистический, графический, экономико-математический методы.

Элементами практической значимости полученных результатов является дизайн фирменных пакетов и папок, а также новогодней упаковки, которые разработаны по заказу организации и могут быть реализованы в качестве сувенирной продукции.

Результаты создания дизайна полиграфической продукции могут быть реализованы предприятием в качестве инструмента повышения эффективности его деятельности и конкурентоспособности.

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. История Дизайна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://diplomba.ru> –Дата доступа: 01.05.2022.
2. Разновидность полиграфии и их стили [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webdesign.ru.net> – Дата доступа: 01.05.2022.
3. Зачем компании полиграфия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://reklamaplanet.ru> – Дата доступа: 01.05.2022.
4. Роль полиграфии в имидже компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://otherreferats.allbest.ru> – Дата доступа: 02.05.2022.
5. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий. / Под ред. В.Позднякова. – М.: Инфра-М, 2015. – 624 с.
6. Зачем нужна полиграфическая продукция? Узнаваемость = успех [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru> –Дата доступа: 02.05.2022.
7. Будковская, О. Управление продажами. Как построить систему продаж, которая реально работает / О. Будковская, А. Назаров. – СПб.: Питер. – 2016. –384 с.
8. Коляда, А. Маркетинг, который работает. Создание эффективной маркетинговой стратегии в отечественных условиях. / А.Коляда. – Минск: Издательство Гревцова, 2006. – 240 с.
9. Полиграфическая продукция: её функции и основные элементы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.klerk.ru> – Дата доступа: 05.05.2022.
10. Калиева, О. М. Функциональная нагрузка и необходимость фирменного стиля в современной компании / О. М. Калиева, М. М. Варавва. — Молодой ученый. — 2016. — № 24 (128). — С. 182-184.
11. Солодар, М. Воронка продаж в интернете / М. Солодар. – М.: Эксмо, 2018. – 240 с.
12. Тенденции и перспективы развития сетевой торговли на рынке Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.i-bteu.by> – Дата доступа: 08.05.2022.
13. Философия и управление [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://present5.com/> – Дата доступа: 05.05.2022.
14. Обзор 7 видов фирменных пакетов. Какой вид лучше? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.logaster.ru/> –Дата доступа: 06.05.2022.
15. A Career in IT sales / «Thebalancecareers» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thebalancecareers.com/IT-sales-jobs-2918253/> – Дата доступа: 06.05.2022.
16. Цвет в системе фирменного стиля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.castcom.ru/> – Дата доступа: 07.05.2022.
17. How to sell IT services and hardware / «The balance careers» [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://www.thebalancecareers.com/IT-sales-jobs-2918253> – Дата доступа: 07.05.2022.

18. 6 Secrets of Selling IT Services / Storagecraft [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.storagecraft.com/6-secrets-selling-IT-services> – Дата доступа: 07.05.2022.
19. Гурская, С. Управление продажами / С. Гурская. – Минск: Высшая школа. – 2015. – 303 с.
20. Тенденции и перспективы развития сетевой торговли на рынке Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.i-bteu.by> – Дата доступа: 08.05.2022.
21. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2017. – 288 с.
22. Левитас, А. Экспресс-маркетинг. Быстро, конкретно, прибыльно. / А. Левитас. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 224 с.
23. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д.В. Лысенко. – М.: Инфра-М, 2017. – 320 с.
24. Губина, О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. / О.В. Губина, В.Е. Губин. – М.: Инфра-М, 2014. – 340 с.
25. Глубокий, С.В., Зубрицкий А.Ф. Стратегический и оперативный маркетинг. Часть 1. – Минск, ВУЗ-ЮНИТИ, 2001. – 126 с.
26. Глубокий, С.В. Разработка маркетинговых стратегий промышленного предприятия. – Минск, БГПА, 1998. – 68 с.
27. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2017. – 288 с.
28. Сенаторов, А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 153 с.
29. 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.
30. Тимофеев, М.И. Маркетинг. / М.И. Тимофеев. – М.: Инфра-М, 2015. – 224 с.
31. 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.