


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ  
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

 Н.П. Пономарёва

« 01 » 06 2022г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

«Повышение конкурентоспособности организации на основе совершенствования  
маркетинговой деятельности (на примере ООО «Точка отчета»)»

Специальность 1-27 03 01 «Управление инновационными проектами промышленных  
предприятий»

Обучающаяся  
группы 10507118

 02.05.22 А.С. Храбрая

(подпись, дата)

Руководитель

 31.05.22

(подпись, дата)

Н.П. Пономарева,  
канд. экон. наук, доцент

Консультанты:

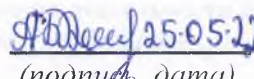
по организации  
внешнеэкономической

 31.05.22

(подпись, дата)

А.И. Сорокина,  
канд. пед. наук, доцент

деятельности  
по конструкторско-  
технологическим вопросам

 25.05.22

(подпись, дата)

А.А. Болдуева

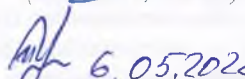
по применению экономико-  
математических методов



(подпись, дата)

В.В. Кожар

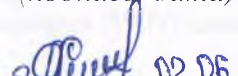
по охране труда

 6.05.2022

(подпись, дата)

И.Н. Ушакова,  
канд. техн. наук, доцент

Ответственный за нормоконтроль

 02.06.22

(подпись, дата)

А.В. Сметкина

Объем проекта:

расчетно-пояснительная записка – 154 страниц

графическая часть – 10 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2022

## РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 154с., 23 рис., 48 табл., 31 источник, 6 прил.

КОНКУРЕНЦИЯ, КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ,  
МАРКЕТИНГОВАЯ АКТИВНОСТЬ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ,  
КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ,  
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объект исследования – конкурентоспособность ООО «Точка отсчета».  
Предмет исследования – маркетинговая деятельность ООО «Точка отсчета».

Цель проекта: разработка медиаплана рекламной кампании для ООО «Точка отсчета».

В ходе разработки проекта применяются общенаучные и статистические методы, методы эмпирического исследования, методы экономико-математического моделирования, графические методы.

Научная значимость: разработан инновационный проект по проведению рекламной кампании для ООО «Точка отсчета», предполагающий проведение рекламной кампании в интернете и на носителях наружной рекламы для повышения конкурентоспособности ООО «Точка отсчета».

Практическая значимость: внедрение проектного решения приведет к повышению уровня выручки организации, а также к росту узнаваемости ООО «Точка отсчета» среди потребителей.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Коляда, А. Маркетинг, который работает. Создание эффективной маркетинговой стратегии в отечественных условиях. / А.Коляда. – Минск: Издательство Гревцова, 2012. – 240 с.
2. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учеб. пособие. – М.: Эксмо, 2015. — 320 с.
3. Габибова, М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М.Ш. Габибова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). – М.: Буки-Веди, 2015. – С. 85-87.
4. Дорофеева, В.В. Методический подход к оценке стратегической конкурентоспособности промышленного предприятия / В.В. Дорофеева // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – С. 35-39.
5. Иванова, Л.А. Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации / Л.А. Иванова // Современное общество и власть. – 2018. — №7. – С. 67-69.
6. Квасникова, В. В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. — М.: Инфра-М, Новое знание, 2015. — 192 с.
7. Мокроносов, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2016. – 194 с.
8. Сидова, С.А. К вопросу о повышении конкурентоспособности промышленных предприятий / С.А. Сидова // ХГУ имени ак.Б.Гафурова. – 2019. – С. 163-167.
9. Яконицева, М.В. Маркетинговые средства анализа конкурентоспособности предприятий / М.В. Яконицева // Методология и практика бухгалтерского учета. – 2016. — №8. – С. 64-67.
10. Дюков, И.И. Управление конкурентоспособностью компании: учеб. пособие / И.И. Дюков. – СПб: СПбГУ ИТМО, 2011. – 100 с.
11. Large Economic / Методы оценки конкурентоспособности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.largeeconomic.ru/laecos-663-1.html>. – Дата доступа 07.05.2022
12. Бенчмаркинг / Бенчмаркинг, как функция маркетинговых исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/benchmarking.html>. – Дата доступа 08.05.2022.
13. Савельева, Н. А. Роль конкурентных преимуществ в формировании конкурентоспособности отрасли / Н. А. Савельева // Экономика и производство. 2004. № 4.
14. Бухгалтерский баланс ООО «Точка отсчета» за 2019 год.
15. Бухгалтерский баланс ООО «Точка отсчета» за 2020 год.
16. Бухгалтерский баланс ООО «Точка отсчета» за 2021 год.

- 17. Отчет о прибылях и убытках ООО «Точка отсчета» за 2019 год.
- 18. Отчет о прибылях и убытках ООО «Точка отсчета» за 2020 год.
- 19. Отчет о прибылях и убытках ООО «Точка отсчета» за 2021 год.
- 20. Программа производственного контроля ООО «Точка отсчета».
- 21. Охрана труда. Практикум / Лазаренков А.М., Журавков Н.М., Заяш И.В., Ушакова И.Н. – Минск, БНТУ, 2016. – 112 с.
- 22. Электронный учебно-методический комплекс по дисциплине «Охрана труда»/ Лазаренков А.М., Кот Т.П., Пантелеенко Е.Ф., Фасевич Ю.Н. – Регистр. № БНТУ ЭУМК МТФ 35-547. Регистр. свид-во НИРУП «ИППС» № 186 2022905 от 02.07.2020 г. (ссылка: <https://rep.bntu.by/handle/data/75749>)
- 23. Вершина, Г.А. Охрана труда: учебник/ Г.А. Вершина, А.М. Лазаренков. – Минск: ИВЦ Минфина, 2020. – 551 с.
- 24. Лазаренков, А.М. Охрана труда в строительстве: учеб. пособие/ А.М. Лазаренков, Л.П. Филянович. – Минск: РИВШ, 2018. – 440 с.
- 25. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 года и 17 октября 2004 года). – Минск: Амалфея, 2013. – 48 с.
- 26. Трудовой кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 8 июня 1999 г.: одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г.: в ред. Закона Респ. Беларусь от 15 июля 2015 г.// Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [ресурс]/ ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015 с изм. от 18.07.2019 № 219-З, с посл. измен. от 28.05.2021 № 114-З.
- 27. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях от 21.04.2003 № 194-З: ред. От 28.04.2015//Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. 2015. - № 2/2254.
- 28. Об охране труда: Закон Республики Беларусь от 12.07.2013 г. № 61-З// с изм. № 274-З от 18.12.2019.
- 29. Санитарные нормы и правила «Требования к микроклимату рабочих мест в производственных и офисных помещениях» и гигиенический норматив «Показатели микроклимата производственных и офисных помещений», утвержденные постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 30.04.2013г. № 33, с изм. утв. постановлением Министерства Здравоохранения Республики Беларусь № 136 от 28.12.2015.
- 30. Закон о пожарной безопасности Республики Беларусь от 15.06.1993 с изменениями согласно Закону РБ от 11.11.19 № 251-З.
- 31. СТБ 11.0.02.95 с изменениями от 06.04.2021 № 3 Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: [stb\\_11\\_0\\_03\\_95\\_sistema\\_standartov\\_pozharnoi\\_bezопасnosti\\_passivnaja\\_protivo\\_pozharnaja\\_zashhita\\_terminy\\_i\\_opredelenija](https://rep.bntu.by/handle/data/75749) – Дата доступа 15.05.2022.