

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ  
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»


ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_  
Н.П. Пономарёва  
«03» 06 2022г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

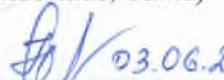
«Повышение эффективности деятельности предприятия на основе  
совершенствования маркетинговых коммуникаций  
(на примере ООО «КЛАУД ПАССАЖ»)»

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

Обучающийся  
группы 10507218

 03.06.22 Д.Г. Солонович  
(подпись, дата)

Руководитель

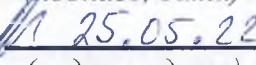
 03.06.22 Н.В. Жудро,  
(подпись, дата) канд. экон. наук, доцент

Консультанты:

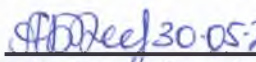
по проектной части

 В.В. Кожар,  
(подпись, дата)


по документационному обеспечению  
внешнеэкономической деятельности

 25.05.22 М.В. Храмцова  
(подпись, дата)

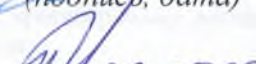
по конструкторско-  
технологическому разделу

 30.05.22 А.А. Болдуева  
(подпись, дата)

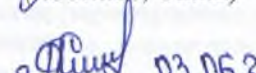
по применению экономико-  
математических методов

 В.В. Кожар  
(подпись, дата)

по охране труда

 30.05.22 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 – 135 страниц  
графическая часть – 12 листов  
магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2022

## РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 135 с., 28 рис., 46 табл., 31 источник, 3 прил.

ПРЕДПРИЯТИЕ, МАРКЕТИНГ, КОММУНИКАЦИИ, ИННОВАЦИИ, ПРОЕКТ, РИСКИ, ОЦЕНКА, КОМПЛЕКС, УСЛУГА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Объектом исследования является ООО «КЛАУД ПАССАЖ».

Предмет исследования – деятельность предприятия на основе совершенствования маркетинговых исследований.

Цель проекта: разработать проект по повышению эффективности деятельности ООО «КЛАУД ПАССАЖ» на основе совершенствования маркетинговых коммуникаций.

В процессе работы над проектом выполнены следующие исследования: изучены теоретические основы повышения эффективности деятельности предприятия на основе совершенствования маркетинговых коммуникаций, как одного из основных способов продвижения; выделены сильные и слабые стороны элементов комплекса маркетинговых коммуникаций, определена значимость отдельных элементов комплекса маркетинговых коммуникаций на различных стадиях жизненного цикла товара.

Элементами научной новизны полученных результатов является проект по повышению эффективности деятельности ООО «КЛАУД ПАССАЖ» на основе совершенствования маркетинговых коммуникаций. Данные мероприятия будут способствовать продвижению кальянной «Мята Lounge Center», улучшению имиджа заведения и повышению его конкурентоспособности.

Результатами внедрения явилась разработка плана-графика развития маркетинговых коммуникаций ООО «КЛАУД ПАССАЖ».

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломном проекте расчетно-аналитический материал 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. Жильцова, О.Н. Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 458 с.
2. Ромат, Е. В. Реклама: учебник для вузов / Е. В. Ромат. — СПб.: Питер, 2016. — 544 с.
3. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.]; 5-е европ. изд. — М.: СПб.: ИД «Вильямс», 2017. — 752 с.
4. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / Е. Н. Голубкова. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 363с.
5. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. — 15-е изд. — Санкт-Петербург [и др.]: Питер, Прогресс книга, 2020. — 844 с.
6. Банкин, А. Контент-маркетинг для роста продаж /А. Банкин — СПб: Питер, 2017 — 272 с.
7. Басовский, Л. Е. Маркетинг: Курс лекций / Л. Е. Басовский — Минск: ИНФРА-М, 2016. — 219 с
8. Анализ хозяйственной деятельности: электронный учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Анализ хозяйственной деятельности» для студентов специальностей: 1 - 25 01 07 «Экономика и управление на предприятии», 1 - 27 03 01 «Управление инновационными проектами промышленных предприятий», 1 - 27 03 02 «Управление дизайн-проектами на промышленном предприятии» / Н.В. Жудро, И.В. Устинович, В.А. Кудрявцев. — Минск : БНТУ, ФММП, 2019.
9. Кульчикова, Ж.Т., Баранова, Н.А. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / Ж.Т. Кульчикова, Н.А. Баранова. — Костанай: Костанайский филиал ФГБОУ ВО «ЧелГУ», 2020. — 100 с.
10. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е.Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 363 с.
11. Секерин, В. Д. Основы маркетинга: учеб. пособие / В. Д. Секерин. — М. : КноРус, 2016. — 48 с.
12. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М.: Юрайт, 2017 — 233 с.
13. Антонова, О.В. Экономика фирмы (организации, предприятия): Учебник / О.В. Антонова, В.Я. Горфинкель, И.Н. Васильева. — Минск : Вузовский учебник, 2019. — 320 с.
14. Голик, В. С. Использование социальных сетей в маркетинге взаимоотношений /В. С. Голик, В. Ю. Былина // Маркетинг в России и за рубежом. — 2015. — № 2(106). — С. 113–119.
15. Еремин, В.Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации: учебник / В.Н.Еремин. — М.: КноРус, 2021. — 648 с.
16. Кудряков, Р.И., Красильщиков, В.В. Механизм противодействия рисковому ситуациямпри осуществлении инновационной деятельности в

промышленном секторе / Р.И. Кудряков, В.В. Красильщиков // Вестник Московского государственного университета. Серия: Экономика. – 2021. – № 3 – С. 83-96.

17. Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. А. Алексеев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 259 с.

18. Голубецкая, Н. П. Трансформация инновационной деятельности в современном менеджменте организаций / Н. П. Голубецкая, О. Г. Смешко, Т. В. Чиркова // Экономика и управление. – 2022. – Т. 28. – № 2. – С. 147-158.

19. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 304 с.

20. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 294 с.

21. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 170 с.

22. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 208 с.

23. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности : учеб. пособие / М. Б. Щепакин, Э. Ф. Хандамова, В. М. Михайлова. – М.: Магистр : ИНФРА-М, 2021. – 232 с.

24. Воронцовский, А. В. Оценка рисков : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. В. Воронцовский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 179 с.

25. Пименов, Н. А. Управление финансовыми рисками в системе экономической безопасности : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Пименов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 326 с.

26. Касьяненко, Т. Г. Анализ и оценка рисков в бизнесе : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 381 с.

27. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 238 с.

28. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 170 с.

29. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учеб. пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 444 с.

30. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 356 с.

31. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 237 с.



32. Охрана труда. Практикум/ Лазаренков А.М., Журавков Н.М., Заяш И.В., Ушакова И.Н. – Минск, БНТУ, 2016. – 112 с.
33. Охрана труда: нормативные правовые акты: для подготовки к экзамену: (по состоянию на 1 июля 2018 г.) / [автор-составитель Л. И. Липень]. - Минск : Амалфея, 2018. – 111 с.
34. Вашко, И. М. Организация и охрана труда: Курс лекций / И.М. Вашко – Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2015. – 213 с.
35. Вершина Г.А. Охрана труда: учебник/ Г.А. Вершина, А.М. Лазаренков. – Минск: ИВЦ Минфина, 2020. – 551 с.
36. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 12.05.2022.
37. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 12.05.2022.
38. Васильцова, В.М. Экономика природопользования (для бакалавров) / В.М. Васильцова. - М.: КноРус, 2019. – 479 с.
39. Морозова, Т. Основы экологии и экономика природопользования: Практикум: учеб. пособие / Т. Морозова. – М.: Инфра-М, 2018. – 208 с.
40. Лукьянчиков, Н.Н. Экономика и организация природопользования: Учебник / Н.Н. Лукьянчиков, И.М. Потравный. – М.: Юнити, 2018. – 336 с.