

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

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

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

«Разработка медиа-плана рекламной кампании предприятия и обоснование его
экономической и коммуникационной эффективности (на примере ЧТУП
«ВНЕШПРОМСБЫТ»)»

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

Обучающийся
группы 10507218

В.С. Король
06.06.22
(подпись, дата)

Руководитель

И.Г. Разумовская
06.06.22
(подпись, дата)

Консультанты:

по документационному обеспечению
внешнеэкономической деятельности

М.В. Храмцова
25.05.22
(подпись, дата)

по конструкторско-
технологическому разделу

А.А. Болдуева
06.06.22
(подпись, дата)

по применению экономико-
математических методов
по охране труда

В.В. Кожар
25.05.22
(подпись, дата)
И.Н. Ушакова
20.05.2022
(подпись, дата) канд. техн. наук, доцент

Ответственный за нормоконтроль

А.В. Смёткина
06.06.22
(подпись, дата)

Объем проекта:

расчетно-пояснительная записка – 119 страниц
графическая часть – 10 листов
магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2022

РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 119 с., 20 рис., 37 табл., 32 источника, 3 прил.

МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ, МАРКЕТИНГОВАЯ АКТИВНОСТЬ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объект исследования – ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ», занимающейся оптовой торговлей смазочных материалов. Предмет исследования – хозяйственная деятельность и маркетинговая активность объекта исследования.

Цель исследования в дипломном проектировании состоит в разработке медиаплана рекламной кампании для ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ».

Задачи проекта: рассмотреть методические аспекты оценки эффективности медиапланирования; проанализировать хозяйственную деятельность, внутреннюю и внешнюю среду ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ»; обозначить область решаемых проблем для планирования рекламной кампании; разработать медиаплан рекламной кампании и график внедрения проекта в деятельность организации; оценить риски и экономическую эффективность рекламной кампании.

Научная значимость: представлено научно-исследовательское обоснование проблем и перспектив развития маркетинговой активности ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ»; проанализирована внутренняя и внешняя среда организации.

Практическая значимость: разработка рекламного проекта по проведению рекламной кампании для ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ» для повышения уровня прибыли.

Автор проекта подтверждает, что приведенный в нем 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. Бенчмаркинг / Бенчмаркинг, как функция маркетинговых исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/benchmarking.html>. – Дата доступа 09.05.2022.
5. Балабанов, А. Занимательное медиапланирование / А. Балабанов. - М.: РИП-Холдинг, 2007. - 104 с.
6. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 495 с.
7. Головлева, Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование / Е.Л. Головлева. - М.: Академический проект, 2009. - 352 с.
8. Мельникова, Н.А. Медиапланирование: стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н.А. Мельникова. - М.: Дашков и К, 2016. - 180 с.
9. Назайкин, А.Н. Медиапланирование / А.Н. Назайкин. - М.: Эксмо, 2010. - 400 с.
10. Шарков, Ф.И. Массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков. - М.: Альфа-Пресс, 2008. - 256 с.
11. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2015. - 488 с.
12. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2015. - 488 с.
13. Щепилов, К. Медиаисследования и медиапланирование / К. Щепилов. - М.: РИП-Холдинг, 2007. - 222 с.
14. Носкова, Е. В. «Оценка эффективности рекламной деятельности предприятия» - М.: Изд - во ТГЭУ, 2006. - 168 с.
15. Понятие и основные сведения о рынке рекламы. Теория и практика рекламной деятельности. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://adindustry.ru/doc/1134>. Дата доступа: 11.05.2022).
16. Бухгалтерский баланс ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ» за 2019 год.
17. Бухгалтерский баланс ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ» за 2020 год.
18. Бухгалтерский баланс ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ» за 2021 год.

19. Отчет о прибылях и убытках ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ» за 2019 год.
20. Отчет о прибылях и убытках ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ» за 2020 год.
21. Отчет о прибылях и убытках ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ» за 2021 год.
22. Программа производственного контроля ЧТУП «ВНЕШПРОМСБЫТ».
23. Охрана труда. Практикум/ Лазаренков А.М., Журавков Н.М., Заяш И.В., Ушакова И.Н. – Минск, БНТУ, 2016. – 112 с.
24. Трудовой кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 8 июня 1999 г.: одобрен 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 № 219-3, с посл. измен. от 28.05.2021 № 114-3.
25. Об охране труда: Закон Республики Беларусь от 12.07.2013 г. № 61-З// с изм. № 274-З от 18.12.2019.
26. Закон о пожарной безопасности Республики Беларусь от 15.06.1993 с изменениями согласно Закону РБ от 11.11.19 № 251-3
27. ТКП 295-2011 Пожарная техника. Огнетушители. Требования к выбору и эксплуатации с изм. МЧС РБ № 2 от 01.10.2020.
28. 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>)
29. Вершина, Г.А. Охрана труда: учебник/ Г.А. Вершина, А.М. Лазаренков. – Минск: ИВЦ Минфина, 2020. – 551 с.
30. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях от 21.04.2003 № 194-3: ред. От 28.04.2015//Нац. реестр правовых актов Республики Беларусь. 2015. - № 2/2254.
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_bezopasnosti_passivnaja_protivo_pozharnaja_zashhita_terminy_i_opredelenija](https://rep.bntu.by/handle/data/75749) – Дата доступа 15.05.2022.
32. Классификатор отходов, образующихся в Республики Беларусь. Утвержден постановлением Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь от 8 ноября 2007 г. № 85.