

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
КАФЕДРА «БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЕ»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
Е.В. Бертош
«23» мая 2024 г.

**РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ**

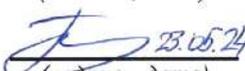
«Совершенствование и развитие фирменного стиля предприятия
ООО «ОНЛАЙНЕР»

Специальность 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии»
Специализация 1-25 01 07 11 «Экономика и управление на предприятии
промышленности»

Обучающийся
группы 10503120

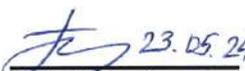

(подпись, дата) Р.В. Сухоносик

Руководитель

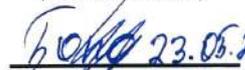

(подпись, дата) О.В. Беркова,
канд. фил. наук, доцент

Консультанты:

по организационно-экономиче-
ским вопросам


(подпись, дата) О.В. Беркова,
канд. фил. наук, доцент

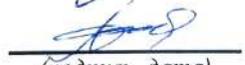
по организации внешнеэкономиче-
ской деятельности


(подпись, дата) Д.И. Бондарчук

по конструкторско-технологиче-
ским вопросам


(подпись, дата) А.А. Болдуева

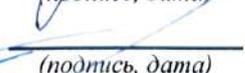
по применению экономико-
математических методов и ЭВМ


(подпись, дата) А.Е. Филиченок

по охране труда


(подпись, дата) Е.Г. Вершеня

Ответственный за нормоконтроль


(подпись, дата) И.В. Устинович
канд. экон. наук, доцент

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 197 страниц;
графическая часть – 14 листов;
магнитные (цифровые) носители – 1 единиц.

Минск 2024

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 197 с., 46 рис., 57 табл., 36 источников, 4 прил.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, РЕКЛАМА, БРЕНД, ИМИДЖ, ПРЕДПРИЯТИЕ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Цель работы: проведение анализа производственно-финансовой деятельности и разработка рекомендаций по совершенствованию системы формирования фирменного стиля ООО «ОНЛАЙНЕР».

Задачи дипломной работы:

- изучить теоретические основы совершенствования и развития фирменного стиля предприятия;
- провести анализ производственно-финансовой деятельности ООО «ОНЛАЙНЕР», а также существующего фирменного стиля организации;
- разработать и обосновать рекомендации по совершенствованию фирменного стиля ООО «ОНЛАЙНЕР»;
- провести анализ документального обеспечения внешнеэкономической деятельности организации на иностранном языке, включающий перевод документов организации на изучаемый в процессе обучения иностранный язык;
- провести анализ применения экономико-математических методов и ЭВМ в организации, в рамках которого необходимо рассмотреть задачу и ее решение, сопоставимую с темой исследования.

Объектом исследования является ООО «ОНЛАЙНЕР» в г. Минске.

Предмет исследования – фирменный стиль ООО «ОНЛАЙНЕР».

Методы исследования: сравнение, анализ, синтез, математико-статистические методы, обобщение, дедукция и др.

Научная значимость: разработка практических рекомендаций по повышению результативности функционирования ООО «ОНЛАЙНЕР» на основе совершенствования и развития фирменного стиля.

Автор работы подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемой отрасли, все заимствованные из литературных источников теоретические и методологические положения сопровождаются ссылками на их авторов.


(подпись студента)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бондаренко, Е.А. Роль фирменного стиля в деятельности организации / Е.А. Бондаренко // Инновационная наука. – 2017. – № 3. – С. 92-94.
2. Цурри, О.Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании / О.Г. Цурри // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2016. – N 1. – С. 91-96.
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: учеб. пособие / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 330 с.
4. Дубов, П.А. Формирование корпоративного имиджа / П.А. Дубов, Е.С. Рольбина, Р.С. Кевеян // Вестник экономики, права и социологии. – 2017. – № 1. – С. 12-16.
5. Годин, А.М. Брендинг: учеб. пособие / Годин А.М. – М.: Дашков и К, 2017. – 362 с.
6. Анхолт, С. Брендинг: дорога к мировому рынку / С. Анхолт. – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2017. – 270 с.
7. Симонян, Т.В. Маркетинг и маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов / Т. В. Симонян, Т. Г. Кизилова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. – 212 с.
8. Бакулин, Д. Сильный товарный знак как первый шаг к созданию успешного бренда / Д. Бакулин // Интеллектуальная собственность в Беларуси: научно-практический журнал / Национальный центр интеллектуальной собственности. – 2015. – № 2. – С. 29-33.
9. Эпштейн, М.Я. Товарный знак и международное непатентованное наименование / М. Я. Эпштейн // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. – 2017. – № 7. – С. 18-28.
10. Шведина, Е. Б. Товарный знак и бренд: семантика понятий и ее значение в управлении брендом / Е.Б. Шведина// Экономические науки. – 2011, № 7–12. – № 10. – С. 118-123.
11. Глушаков, В.Е. Маркетинг: поиск, создание, удержание и развитие взаимоотношений с клиентами (идеи, решения, советы) / В. Е. Глушаков. – Минск: Издательский центр БГУ, 2015. – 327 с.
12. Корчагова, Л.А. Роль и значение фирменного стиля в формировании имиджа компании и продвижении ее товаров и услуг / Л.А. Корчагова, В.Е. Крушняк // Экономика и бизнес. – 2016. – № 7. – С. 113-123.
13. Грант, Дж. Манифест инноваций бренда. Как создаются бренды, переориентация рынков и преодоление стереотипов/ Грант Дж. – Москва: Группа ИДТ, 2017. – 268 с.
14. Домнин, В.И. Брендинг: новые технологии в России/ В.И. Домнин. – Спб.: Питер, 2022. – 381 с.
15. Гринюк, Ж. Синергетическая система бренда: неочевидные, но вероятные возможности и угрозы // Финансовый директор. – 2022. – N 9. – С. 64-70.

16. Гринюк, Ж. Брэндменеджмент по-белорусски: административные парадоксы развития конкурентоспособности брэндов. // Белорусский Рынок. – 2016. – № 3. С. 6-7.
17. Тарилкина, Г.С. Стратегический маркетинг: учеб. пособие / Г.С. Турилкина, В.Е. Сыцко, М.Н. Миклушова. – М.: Прогресс, 2015. – 669 с.
18. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: Концепции и ситуации для анализа / А.А.Томпсон, А.Д.Стрикленд. – 12-е изд. – Москва: Вильямс, 2016. – 928 с.
19. Акулич, М.В. Брендинг в кризис и обслуживание «в бренде» / М. Акулич // Маркетинг: идеи и технологии . – 2016. – № 3. – С. 29-40.
20. Гундарин, М. Рекламные и PR-кампании / М. Гундарин, Е. Гундарина. – М.: Феникс, 2015. – 190.
21. Дэвис, С. Бренд-билдинг. Создание бизнеса, раскручивающего бренд/Дэвис С. – Санкт-Петербург: Питер, 2017. – 320 с.
22. Смит, П. Коммуникации стратегического маркетинга: учеб. пособие / Смит П. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 415 с.
23. Гэбэй, Д. Маркетинг: новые возможности / Гэбэй Д. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2017. – 359 с.
24. Чараева, М.В. Исследование процесса формирования фирменного стиля организации / М. В. Чараева // Финансы и кредит. – 2013, № 1-48. – № 45. – С. 50-55.
25. Чеботаев, А.А. Фирменный стиль компании: учеб. пособие / А.А. Чеботаев. – М.: «Дашков и Ко», – 2018. – 202 с.
26. Юкиш, В. Стратегия изменений и достижение лидерства организаций / В. Юкиш // Проблемы теории и практики управления. – 2017. – № 1. – С. 95-100.
27. Рекомендации по разработке системы управления охраной труда в организации [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://mshp.gov.by/uploads/Files/ochrtrud/rekomendacii.pdf>.
28. Организация и проведение преддипломной практики: методическое пособие для студентов специальности 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование» / А.Л. Ивашутин [и др.]. – Минск: БНТУ, 2014. – 280 с.
29. Методические рекомендации по дипломному проектированию для студентов специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» / А.М.Темичев [и др.]. – Минск: ФУАинформ, 2015. – 144 с.
30. Маляренко А. Д. Конструктоско-технологическое обеспечение производства: курсовое проектирование / А.Д. Маляренко, Л.М. Кожуро, А.М. Темичев. – Мн.: Тесей, 2005. – 216 с.
31. Раздорожный, А.А. Охрана труда и безопасность: Учебное пособие / - А.А. Раздорожный. – Минск : Издательство «Экзамен», 2018. - 512с.
32. Об утверждении перечня (списка) профессиональных заболеваний и признании утратившим силу постановления Министерства здравоохранения Республики Беларусь и Министерства социальной защиты Республики Беларусь от 29 мая 2001 г. № 40/6 [Электронный

ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: minzdrav.gov.by/upload/lcfiles/000127_962726_N29-42_2009/

33. Жукова, Е. В. Шум как гигиеническая и социальная проблема: учебное пособие / Е. В. Жукова, Г. В. Куренкова, М. О. Потапова. – ФГБОУ ВО ИГМУ Министерства России, каф. профильных гигиен. дисциплин. Иркутск : ИГМУ, 2020. - 56 с.
34. Система стандартов безопасности труда [Электронный ресурс]: – Электронные данные. – 1 ГОСТ 12.1.1.029-80; Введ. 31.10.1980 // Информационно-правовое обеспечение Гарант. - Режим доступа: <https://base.garant.ru>.
35. Об утверждении санитарных норм и правил [Электронный ресурс].]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://law.by/document/?guid=3871&p0=Н11800130>.
36. Методические рекомендации по дипломному проектированию для студентов специальности 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование» / А.Л.Ивашутин [и др.]. – Минск : Новое издание, 2014. - 280 с.