

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, доцент

И.Н. Кандричина И.Н. Кандричина
«18» июня 2024 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОРГАНИЗАЦИИ

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент-дипломник, гр. 10801320

А.Н. Каримов А.Н. Каримов

Руководитель, ст. преподаватель

Ю.В. Семашко Ю.В. Семашко

Консультант, ст. преподаватель

Ю.В. Семашко Ю.В. Семашко

Консультант по технологической
части, доцент

О.М. Володько О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель

Е.О. Шнип Е.О. Шнип

Объем работы:

дипломная работа – 71 страниц;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2024

РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из: 71 страницы, 19 рисунков и схем,
9 таблиц, 36 использованных источников

РЕКЛАМА, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ, ОБЪЕКТ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дипломной работы – экономическое обоснование мероприятий по улучшению рекламной деятельности предприятия, функционирующего в гостиничной сфере бизнеса.

Для решения поставленной цели в дипломной работе необходимо решить следующие задачи:

Изучить и структурировать теоретические аспекты организации рекламной деятельности на предприятии;

Оценить рекламную деятельность ОАО «Насаф Травел», выбранного в качестве модели исследования, на текущий момент времени;

Разработать мероприятия по совершенствованию рекламной деятельности ОАО «Насаф Травел»;

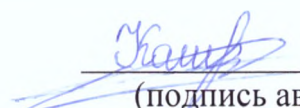
Предложить технологию реализации мероприятий по совершенствованию рекламной деятельности ОАО «Насаф Травел».

Объектом исследования в дипломной работе является реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций.

В рамках объекта был выделен предмет исследования – механизм реализации мероприятий по улучшению рекламной деятельности предприятия гостиничной сферы бизнеса.

Теоретической и методической основой дипломной работы послужили учебники, учебные пособия, материалы периодических изданий, в которых уделяется внимание рекламной деятельности предприятия. Автор подтверждает, что приведённый расчётный материал правильно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.

Автор подтверждает, что приведённый расчётный материал правильно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.


(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон Республики Узбекистан о туризме от 20 августа 1999 г. №830-1 // Ведомости Олий Мажлиса Республики Узбекистан. 1999. №8.
2. Национальный стандарт Республики Узбекистан от 18 марта 2000 г. ГОСТ 28681.2-95. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования.
3. Правила сертификации туристических услуг в Республике Узбекистан: зарегистрир. М-вом юстиции Республики Узбекистан 18 марта 2000 г. №911.
4. Закон Республики Узбекистан О лицензировании отдельных видов деятельности: от 25 мая 2020 г. №447-II (с изм. в соответствии с Законом Республики Узбекистан от 13 дек. 2022 г.) // Ведомости Олий Мажлиса Республики Узбекистан. 2022. №12.
5. Антипов К.В. Основы рекламы: Учебник / К.В. Антипов. - М.: Дашков и К, 2015. - 328 с.
6. Арустамян Д. В., Байкова Е. Д. Психологические методы воздействия рекламы // Молодой ученый. — 2014. — №1. — С. 731-733.
7. Бове Кортлэнд Л., Аренс, Уильям Ф.-Современная реклама; Тольятти: Довгань, 2012. - 704 с.
8. Бухаркова О.В.; Горшкова, Е.Г. Управление продажами; СПб: Речь, 2013. - 333 с.
9. Васильев Г.А. Основы рекламы: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. - 407 с.
10. Головлева Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. – М.: ОАО «Москоские учебники», 2014. – 271 с.
11. Гончарук В.А. Маркетинговое консультирование. — Режим доступа. — URL: <http://www.aup.ru/b--ks/m27>
12. Данько Т.П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: Учебник / Т.П. Данько, М.П. Голубев. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 416 с.
13. Дейян А. Реклама: учебное пособие./ А. Дейян. : Сирин, 2012 - 144 с.
14. Землянская Е.А. Анализ понятия "Рекламная деятельность"//Журнал "Вестник СГЭУ", 2014. - №3. - С.159-162.
15. Землянская Е.А. Рекламная деятельность: проблемы и перспективы//Журнал "Вестник КГАУ", 2013. - №5. - С.99-101.
16. Зотова О.И. Рекламные технологии как системообразующая основа маркетинга продвижения//Журнал "Известия ТГУ", 2012. - №1. - С.252-262.
17. Ибрагимов И.Х. Совершенствование разработки стратегического маркетингового плана в гостиничном хозяйстве. Самарканд. 2019г.

18. Ильичева И. В. Маркетинговые технологии: учебно-методическое пособие / И. В. Ильичева. - Ульяновск : УлГТУ, 2012. – 158 с.
19. Котлер Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
20. Кузнецова Л.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2013. - 139 с.
21. Лидовская О.П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. Готовые маркетинговые решения [Текст] / О.П.Лидовская. - СПб.: Питер, 2012. - 320 с.
22. Ломацкий О.И. Особенности рекламы охранных услуг //Журнал «Частный охранник». 2014- №15. – С.23-25
23. Мазилкина Е.И. Основы рекламы: Учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
24. Мазилкина Е.И. Основы рекламы: Учебное пособие / Е.И. Мазилкина. - М.: Дашков и К, 2016. - 286 с.
25. Макович Г. В. Проектирование рекламной кампании / Г. В. Макович — М.: Академия Естествознания, 2014. — 75 с.
26. Масленников Р. 101 совет по PR / Р. Масленников. - М.: Альпина Паблишер, 2012. - 68 с.
27. Мильцин В.Н. Скрытые социально-психологические аспекты рекламной деятельности//Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы, 2013. - №1. - С.42-48.
28. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2016. - 148 с.
29. Мудров А.Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2012. - 416 с.
30. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 216 с.
31. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: Учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - М.: Дашков и К, 2015. - 538 с.
32. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: Учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов и др. - М.: Дашков и К, 2015. - 540 с.
33. Пластинина В.Г. Оценка эффективности рекламной деятельности экономического субъекта / В.Г. Пластинина // Экономические науки № 9 (94) 2012. - 118 с.
34. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. [Электронный ресурс] / URL: <http://www.ebk.net.ua/B--k/Ses/>.
35. Статистические отчёты ГУП «Насаф Травел» за 2018-2023гг.