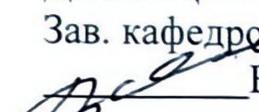


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ  
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ  
Зав. кафедрой, профессор  
В. Ф. Володько

  
«14.06» 2018 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЧУП  
«АЛЛОРА»)»

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

Студент 30801213  
группы

  
подпись

С.А. Хало

Руководитель  
(ст. преподаватель)

  
подпись

Т.В. Данильченко

Консультанты:  
по управленческой и  
по экономической части  
(ст. преподаватель)

  
подпись

Т.В. Данильченко

по технологической части  
(к.п.н, доцент)

  
подпись

О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль

  
подпись

М.С. Рызванович

Объем работы:  
дипломная работа – 92 страницы;  
графическая часть – 12 листов А4;  
цифровые носители – 1 диск.

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 92 стр., 9 рисунков и схем, 35 таблиц,  
32 использованных источника.

### УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ, РЕКЛАМА, УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ, МАРКЕТИНГ, СПРОС

Цель дипломной работы – проанализировать систему управления рекламной деятельностью на предприятии туризма, а именно ЧУП «Аллора», дать рекомендации и предложить методы по ее усовершенствованию.

Объект дипломного исследования – туристическое агенство ЧУП «Аллора».

1. Познакомиться с теоретическими аспектами управления рекламной деятельностью туристского предприятия.

2. Провести анализ хозяйственной деятельности и управления рекламной деятельностью в ЧУП «Аллора».

3. Предложить методы по улучшению системы управления рекламной деятельности ЧУП «Аллора» и произвести расчёт её экономической эффективности.

4. Разработать технологию реализации предлагаемой Программы.

При проведении исследования использовались матричные методы оценки управления рекламной деятельностью

Элементом новизны полученных результатов является новый уникальный экскурсионный тур, который учитывает пожелания большинства туристов и не имеет аналогов на туристском рынке.

Область возможного практического применения результатов – туристические фирмы.

Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись автора)

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Трудовой кодекс Республики Беларусь // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр», НЦПР РБ. – Минск, 2011.
2. Конституция Республики Беларусь. Закон Республики Беларусь «О туризме» 326-З от 25.11.1999 г.
3. Акулич И.Л. Маркетинг/ И.Л. Акулич– 8-е издание; перераб. и доп. Минск: Высшая школа, 2014. – 543 с.
4. Артамонов Б.В. Стратегический менеджмент/ Артамонов Б.В. – Москва: ЮНИТИ, 2008. – 213 с.
5. Баркан Д.И. Международный менеджмент/ Д.И. Баркан [и др.] – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 255 с.
6. Батра Р. Рекламный менеджмент/ Р. Батра, Дж. Майерс, Д. Аакер; пер. с англ. – Санкт-Петербург: Вильямс, 2004. – 381 с.
7. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия/ Т.Б. Бердникова – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2003. – 181 с.
8. Блейк, Р. Научные методы управления / Р. Блейк, Дж. Моутон; пер. с англ. – Киев, 2000. – 295 с.
9. Бочарникова Е. В. Совершенствование механизма управления рекламной деятельностью в сфере туризма/ Автореферат/ Е.В. Бочарникова – диссертация На соискателя Ученой Степени к. э. н. Сочи, 2011. – 173 с.
10. Васильев Г. Концепции управления рекламной деятельностью/ Г. Васильев – Минск: Новое знание, 2008. – 76 с.
11. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учебное пособие / В.Ф. Володько; 3-е изд. – Минск: АiВ, 2010. – 304 с.
12. Володько, В.Ф. Практикум по выполнению дипломной работы: метод. пособие / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, кафедра менеджмента, 2012. – 34с.
13. Володько, В.Ф. Психология управления: учебное пособие. В 2-х томах / В.Ф.Володько. – Минск: Технич. лит-ра, 2012. – 414 с.
14. Горбачев А.Л. Управление рекламной деятельностью фирмы / А.Л. Горбачев – Минск: Новое знание, 2012. – 84 с.

15. Данишевская О.Г. Реклама в интернете: несколько слов о креативных решениях // Реклама: теория и практика – Москва, 2012. – С. 210-222
16. Дипломная работа: методическое пособие по выполнению ДР / Под ред. В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, кафедра менеджмента, 2015.
17. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие/ А.П. Дурович – 2-е изд., – Минск: Новое знание, 2001. – 496 с.
18. Дурович А.П. Реклама в туризме: учеб. пособие / А.П. Дурович – 4-е изд., – Минск: Новое знание, 2008. – 254 с.
19. Журавлёв П.В. Теория управления персоналом / П.В. Журавлев [и др.] – Москва, 2009. – 125с.
20. Котлер Ф. Основы маркетинга/ Ф. Котлер; пер. с англ. – Москва: Вильямс, 2010. – 656 с.
21. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ Ф. Котлер; пер. с англ. – Москва: Альпина Паблишерз, 2010. – 211 с.
22. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/ Ф. Котлер, К. Л. Келлер – 15-е изд., пер. с англ. – Санкт-Петербург: Питер, 2018. – 773 с.
23. Кутлалиев А. Эффективность рекламы/ А. Кутлалиев, А. Попов – Москва: Эксмо, 2006. – 456 с.
24. Матанцев А.Н. Эффективность рекламы/ А.Н. Матанцев – Москва: Финпресс, 2007. – 385 с.
25. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе/ Н. Морган, А. Причард; пер. с англ. – Москва: Юнити, 2004. – 341 с.
26. Осипова Л.В. Основы коммерческой деятельности/ Л.В. Осипова, И.М. Синяева – Москва: ЮНИТИ, – 2014. – 615 с.
27. Румянцева З.П. Общее управление организацией: теория и практика/ З.П. Румянцева – Москва: ИНФРА-М, 2014. – 304 с.
28. Смирнова Д.Ш. Маркетинг в туризме: учебное пособие/ Д.Ш. Смирнова – Москва: КНОРУС, 2016. – 200 с.
29. Шахнович С.В. Маркетинг в туризме: методические рекомендации/ С.В. Шахнович, Е.С. Шахнович, А.Б. Козлова, под. ред. С.В. Шаханович – Витебск: ВГУ им. А.П. Машерова, 2013. – 54 с.

30. Шефер Б. Практический маркетинг/ Б. Шефер; пер. с англ. – Москва: Попурри, 2014. – 96 с.
31. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. Первое руководство по маркетингу в соцсетях от российского практика/ Д. Халилов – Москва: МИФ, 2013. – 231 с.
32. Реклама в туризме: специфика применения «Все о туризме. Туристическая библиотека» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/muzalevska.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/muzalevska.htm).