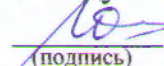


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Международный институт дистанционного образования
«Информационные технологии в управлении»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

 В.Ф.Голиков
(подпись)

«09» 06 2018г.


РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

«Информационно-рекламная деятельность в организации (на примере
Щучинского филиала Гродненского облпотребобщества)»

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


Специализация 1-25 01 07 21 «Экономика и правовое обеспечение
хозяйственной деятельности»

Обучающийся
группы 417054-14

 09.06.18


С.И.Шанчук

Руководитель

 09.06.18
(подпись, дата)


Е.Г.Мелких

Консультант по разделу
«Правовая часть»

 30.05.18
(подпись, дата)

О.Л.Ибраева

Ответственный за нормоконтроль

 01.06.18
(подпись, дата)

А.А.Шапаренко

Объём работы:

расчетно-пояснительная записка – 69 страниц;

графическая часть – 10 листов;

магнитные (цифровые) носители – 1 единица.

Минск 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 69с., 12 рис, 11 таб., 22 источника, 6 прил.

РЕКЛАМА, ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ВИДЫ РЕКЛАМЫ, АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Объектом исследования является Щучинский филиал Гродненского областного потребительского общества.

Цель дипломной работы – разработка мероприятий, направленных на повышение эффективности рекламной деятельности Щучинского филиала Гродненского областного потребительского общества.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки: проанализирована информационно-рекламная деятельность в практике Щучинского филиала Гродненского областного потребительского общества, выявлены пути и направления совершенствования рекламной работы в данной организации.

Элементами научной новизны полученных результатов являются предложения по совершенствованию информационно-рекламной деятельности применительно к практике Щучинского филиала Гродненского областного потребительского общества.

Областью возможного практического применения является информационно-рекламная деятельность многоотраслевых организаций, в том числе функционирующих в сфере розничной торговли.

В ходе выполнения дипломной работы прошли апробацию такие предложения как использование анкетного опроса при разработке рекламной компании организации и создание сайта для Щучинского филиала Гродненского областного потребительского общества.

Результатами внедрения явились повышение результативности рекламной работы и улучшение конечных финансовых результатов деятельности Щучинского филиала Гродненского областного потребительского общества.

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (разрабатываемого объекта), все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдокушин, Е. Ф. Маркетинг в международном бизнесе: учеб. пособие / Е. Ф. Авдокушин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2002. – 328 с.
2. Акулич, И. Л. Маркетинг: учеб. пособие для вузов / И. Л. Акулич. – Минск : Высш. шк., 2000. – 447 с.
3. Васильев, Г. А. Маркетинг: учеб. пособие / Г. А. Васильев, Т. А. Гайденко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 238 с.
4. Карпова, С. В. Рекламное дело. Практикум : учеб.-метод. Пособие / С. В. Карпова. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 224 с.
5. Лебедев-Любимов, А.Н. Психология рекламы. 2-е изд. СПб.: Питер, 2013. – 265с
6. Маркетинг on-line: как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж / под ред. Ю. А. Зиссер. – Минск: Изд-во Гревцова, 2007. – 304 с.
7. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. / Л. М. Дмитриева [и др.] ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – М. : Экономист, 2006. – 638 с.
8. Реклама//Большая советская энциклопедия. 3-е изд. М.: Советская энциклопедия, 1975. – 2016с.
9. Ромат Е.В., Реклама в системе маркетинга. Е.:Студцентр, 2008. – 125с.
10. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: Учебник для вузов. 8-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.:Питер, 2013. – 512с.
11. Рыбальченко, И.А. Основы медиапланирования // Маркетинг и реклама. 1999. – 316 с.
12. Северина, О. И снова о SWOT-анализе: образцы форм для заполнения / О. Северина // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2010. – С.81-93.
13. Скамай, Л. Г. Конкуренция и рынок: американский подход / Л. Г. Скамай, М. И. Трубочкина. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 296 с.
14. Титкова, Л. М. Рекламная деятельность : учеб. / Л. М. Титкова. – Минск : Дизайн ПРО, 2005. – 256 с.
15. Титова, Н. Е. Маркетинг: учеб. пособие / Н. Е. Титова, Ю. П. Кожаев. – М.: Гуманит. изд. Центр ВЛАДОС, 2003. – 352 с.
16. Турковский, М. Маркетинг услуг / М. Турковский. – М. : Финансы и Статистика, 2006. – 296 с.
17. Хербинг, Р. Настольная книга директора по маркетингу: маркетинговое планирование. Полное пошаговое руководство / Р. Хербинг, С. Купер. – М. : ЭКСМО, 2009. – 832 с.
18. Чернов, В. А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учеб. пособие для вузов / В. А. Чернов [и др.]; под ред. проф. М. И. Баканова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 686 с.
19. Шарков, Ф. И. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. пособие для вузов / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина ; под

общ. Ред. Ф. И. Шаркова. – М. : Дашков и К, 2007. – 338 с.

20. Шевченко, Д. А. Реклама. Маркетинг. PR / Д. А. Шевченко. – М. : РГГУ, 2009. – 224 с.

21. Эйдинов, М. Маркетинговая функциональность креатива в рекламе//Маркетинг и реклама. 2005. – 264с.

22. Экономика предприятий торговли : учеб. пособие / Н.В. Максименко [и др.]; под общ. ред. Н. В. Максименко, Е. Е. Шишковой. – Минск : Выш. шк., 2005. – 542 с.