

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
И.о. заведующего кафедрой
Л.В. Гринцевич
«12» 06 2019 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ
«Разработка фирменного стиля и дизайна web-сайта организации ООО «СТЭС
Инвест Инжиниринг»

Специальность 1-27 03 02 «Управление дизайн-проектами на промышленном
предприятии»

Обучающийся
группы 10508114

И.В. Минько 23.04.2019
(подпись, дата) И.В. Минько

Руководитель

Е.А. Глинская 10.06.19
(подпись, дата) Е.А. Глинская

Консультанты:

по организационно-экономическим
вопросам

Е.А. Глинская 10.06.19
(подпись, дата) Е.А. Глинская

по организации
внешнеэкономической деятельности

Г.В. Прибыльская 05.05.2019
(подпись, дата) Г.В. Прибыльская

по графической разработке проекта

С.М. Пыжиков 02.05.19
(подпись, дата) С.М. Пыжиков

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ

Б.М. Астрахан 4.05.19
(подпись, дата) Б.М. Астрахан,
канд. техн. наук, доцент

по охране труда

А.А. Снарский 29.04.19
(подпись, дата) А.А. Снарский

Ответственный за нормоконтроль

Т.К. Савко 11.06.19
(подпись, дата) Т.К. Савко

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 158 страниц
графическая часть – 12 листов
магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 158 с., 39 рис., 62 табл., 36 источников, 2 прил.

УСЛУГИ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, ВЕБ-САЙТ, ДИЗАЙН

Объектом исследования является ООО «СТЭС Инвест Инжиниринг»

Цель работы: разработать обновленный фирменный стиль для компании и более современный дизайн web-сайта.

В процессе работы выполнены следующие исследования: проведен технико-экономический анализ деятельности предприятия, проведен анализ фирменных стилей конкурентов, сделаны выводы о положительных и отрицательных элементах фирменных стилей, проведено научное исследование на тему «Корпоративный web-сайт как инструмент маркетинговой коммуникации с потребителями».

Элементами научной новизны (практической значимости) полученных результатов является разработанный дизайн сайта.

В ходе дипломной работы прошли апробацию такие предложения, как навигация по сайту.

Результатами внедрения явились фирменный стиль и дизайн сайта.

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бураченко, И.Б. Базы данных в исторических исследованиях / И.Б. Бураченко, А.Л. Бураченка – Новополюцк: ПГУ, 2006. – 240 с (106 с.).
2. Андреева, Ю. Ю. Интернет-маркетинг в вузах как инструмент в конкурентной борьбе за абитуриентов / Ю. Ю. Андреева // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2011. – № 2. – С. 58-66.
3. Звягина, Н.В. Особенности зрительного восприятия текстовой информации на веб-страницах с анимированными рекламными баннерами / Н.В. Звягина, А.М. Суховерхова // Журнал медико-биологических исследований. 2015. – № 3. – С. 5-13.
4. Алентьева, Е.Ю. Веб-сайт компании как коммуникативный маркетинговый инструмент / Е.Ю. Алентьева // Социально-экономические явления и процессы. 2014. – №11. – С. 22-27.
5. Якоба, И.А. Интернет как средство социальной коммуникации: особенности виртуального общения / И.А. Якоба // Вестник ИрГТУ. 2011. – №8 (55). – С.342-347.
6. Мальцева, О.П. Коммуникационные интернет-платформы как инструмент маркетинга / О.П. Мальцева // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2012. – №2 (4). – С. 32-41.
7. Ершов, Е.А. Методы продвижения сайтов в Интернете / Е.А. Ершов, В.В. Лобачев. // Системный анализ в науке и образовании. 2011. – № 4 (14). – С. 44-48.
8. Игнатова, В.О. Способы продвижения Интернет-ресурса в современном информационном пространстве / В.О. Игнатова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2013. – № 5. – С. 79-83.
9. Ашманов, И. Продвижение сайта в поисковых системах / И. Ашманов, А.Иванов. – М.: Издательство: Вильямс, 2008. – 220с.
10. Куропатина, Е.М. Обоснование разработки мобильной версии сайта / Е.М. Куропатина, Е.Ю. Кацюк, А.И. Виноградова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2014. – №10. – С.249.
11. Страшко, И.О. Цветовая гамма сайта / И.О. Страшко, Е.В. Титов // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2014. – №10. – С.256.
12. Чертихин, А.А. Применение стандартных методов и технологий управления проектами в среде веб-разработки / А.А. Чертихин, Т.А. Субботина // Вестник Московского государственного университета печати. 2015. – № 1 – С. 175-179.
13. Туркин, Д. В. Социальная коммуникация в Сети Интернет / Д.В. Туркин // Вестник ЧелГУ. 2008. – №33. – С.58-62.
14. Бондаренко, В.А. Social media marketing: вопросы актуальности применения / В.А. Бондаренко, В.В. Азизов // Концепт. 2014. – №17. С.1-5.
15. Браун, Д.М. Разработка веб-сайта. Взаимодействие с заказчиком, дизайнером и программистом / Д. М. Браун – СПб.: Питер, 2009. – 336 с. (307-309 с.): ил. – (Серия «Библиотека программиста»).
16. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая –

М.: Инфра-М, 2017. – 288 с.

17. Бариленко, В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. / В. Бариленко – М.: Инфра-М, 2014. – 464 с.

18. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д.В. Лысенко – М.: Инфра-М, 2017. – 320 с.

19. Губина, О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. / О.В. Губина, В.Е. Губин. – М.: Инфра-М, 2014. – 340 с.

20. Губина, О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия/ О.В. Губина – М.: Инфра-М, 2014. – 192 с.

19. Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. – М.: Дашков и К, 2016. – 248 с.

21. Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: Инфра-М, 2015. – 366 с.

22. Федяй, Е.С. Управленческий анализ поставки материально-производственных ресурсов / Е.С. Федяй, А.Ф. Черненко // Известия Челябинского научного центра. 2007. – № 2 (36) – 96-100 с.

23. Глубокий, С.В. Операционный маркетинг / С.В. Глубокий — Минск, ВУЗ-ЮНИТИ, 2002. — 76 с.

24. Глубокий, С.В. Разработка маркетинговых стратегий промышленного предприятия / С.В. Глубокий — Минск, БГПА, 1998. — 68 с.

25. Глубокий, С.В. Стратегический и оперативный маркетинг. Часть 1 / С.В. Глубокий, А.Ф. Зубрицкий — Минск, ВУЗ-ЮНИТИ, 2001. — 126 с.

26. Левитас, А. Экспресс-маркетинг. Быстро, конкретно, прибыльно. / А.Левитас – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 224 с.

27. Лукина, А.В. Маркетинг. / А.В.Лукина – М.: Инфра-М, 2016. – 240 с.

28. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д.В.Лысенко – М.: Инфра-М, 2017. – 320 с.

29. Манн, И. Интернет-маркетинг на 100%. / И.Манн – СПб.: Питер, 2017. – 240 с.

30. Мельник, М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / М.В. Мельник, Е.Б.Герасимова. – М.: Инфра-М, 2014. – 192 с.

31. Митина, Н. Маркетинг для дизайнеров интерьера. 57 способов привлечь клиентов / Н.Митина, К.Горский. – М.: Альпина Паблшер, 2016. – 168 с.

32. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2017. – 288 с.

33. Сенаторов, А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных се-тях / А.Сенаторов. – М.: Альпина Паблшер, 2016. – 153 с.

34. Снежинская, М.В. Трейд-маркетинг - гарантия успешной торговли, или Как стимулировать оптовых и розничных торговцев / М.В.Снежинская, Н.С.Носова. – М.: Дашков и К, 2016. – 224 с.

35. Сыров, В.Д. Маркетинг для инженеров / В.Д.Сыров. – М.: Инфра-М, 2014. – 133 с.

36. Тимофеев, М.И. Маркетинг. / М.И.Тимофеев. – М.: Инфра-М, 2015. – 24с.