

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
А.В. Авдиенок
« 05 » июня 2020 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ
«Совершенствование фирменного стиля ООО «Номинал Технологии»

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

Обучающийся
группы 10508115
Руководитель

А.В. Скорина
(подпись, дата)

Консультанты:

по организационно-экономическим
вопросам

Т.А. Зысь
(подпись, дата)

по организации
внешнеэкономической
деятельности

Т.А. Зысь
(подпись, дата)

по графической разработке проекта

М.В. Храмцова
(подпись, дата)

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ
по охране труда

А.В. Авдиенок
(подпись, дата)

В.В. Кожар
(подпись, дата)

А.А. Снарский
(подпись, дата)

Ответственный за нормоконтроль

Т.К. Савко
(подпись, дата)

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 189 страниц
графическая часть – 15 листов
магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2020

приятия.
и стратеги
внутренне

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 189с., 40 рис., 51 табл., 32 источников, 2 прил.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, ОЦЕНКА ВЫГОД И ЗАТРАТ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ДИЗАЙН - ПРОЕКТ, ДИЗАЙН - КОНЦЕПЦИЯ

Объектом исследования является ООО «Номинал Технология».

Целью дипломной работы является совершенствование фирменного стиля ООО «Номинал Технология» для расширения рынков сбыта и привлечения большего количества потребителей.

эффективност.

В процессе работы выполнены следующие исследования: проведен технико – экономический анализ предприятия; рассмотрена система маркетинговых исследований предприятия; проанализирован существующий фирменный стиль, выявлены недостатки существующего фирменного стиля, проанализированы конкуренты и аналоги.

иц)
еятельность:
редприятия:
лу.

В проектной части предложены мероприятия по устранению выявленных недостатков и разработаны предложения по совершенствованию фирменного стиля компании, а именно предложен улучшенный логотип. Также были разработаны брендбук компании и сувенирная продукция в фирменном стиле компании для реализации клиентам (ручки, майки, рюкзаки, визитные карточки и кружки).

Элементами практической значимости полученных результатов является возможность повышения конкурентоспособности услуг на основе совершенствования фирменного стиля компании.

метка
одителя о
лнении

Следующим шагом была сформирована идея по проектированию, а также план реализации, составлен план-график реализации проекта. Была проведена оценка выгод и затрат от внедрения предлагаемого инновационного решения, а также оценка экономической эффективности проектного решения. А также был представлен фирменный стиль и сайт предприятия в графическом виде.

Также было произведено применение экономико-математических моделей и ЭВМ, изучена охрана труда на предприятии, а также проведен анализ охраны окружающей среды на производстве.

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бариленко, В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. / В.Бариленко. - М.: Инфра-М, 2014. – 464 с.
2. Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. / Л.Е.Басовский. - М.: Инфра-М, 2015. – 366 с.
3. Веркман, К. Товарные знаки: создание, психология, восприятие: пер. с англ./ Веркман К. – М.: «Прогресс», 2006. – 248 с.
4. Гринцевич, Л.В. Организация и проведение преддипломной практики: учебно-методическое пособие для студентов специальностей 1 – 27 03 01 «Управление инновационными проектами промышленных предприятий», 1 – 27 03 02 «Управление дизайн-проектами на промышленном предприятии» / Л.В. Гринцевич, Н.В. Жудро, О.И. Жук, В.О.Зарецкий, Т.К.Савко. – Минск.: Издательство «ФУАинформ» , 2019. – 110 с.
5. Губина, О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия/ О.В.Губина. - М.: Инфра-М, 2014. – 192 с.
6. Добробабенко, Н.С. Фирменный стиль: принципы разработки/ Н.С. Добробабенко. – М.: Инфра-М, 2012. – 288 с.
7. Дубов, П. А. Формирование корпоративного имиджа/ П. А. Дубов// Вестник экономики, права и социологии. – 2014. - №1 – С. 12-16.
8. Иттен, И. Искусство цвета/ И.Итте. – М.:Д.Адронов, 2004. – 99 с.
9. Коляда, А. Маркетинг, который работает. Создание эффективной маркетинговой стратегии в отечественных условиях / А.Коляда. – Минск: Издательство Гревцова, 2006. – 240 с.
10. Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. / М.В. Косолапова. – М.: Дашков и К, 2016. - 248 с.
11. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д.В.Лысенко. – М.: Инфра-М, 2017. – 320 с.
12. Марченко, М. Н. Дизайн фирменного стиля компаний, специализирующихся на геолого-геофизических изысканиях / М. Н. Марченко, Е. А. Ивашечкина // Молодой ученый. — 2015. — № 11. — С. 1842-1848.
13. Мокшанцев, Р.И. Психология рекламы/ Р. И. Мокшанцев. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 546 с.
14. Мельник, М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / М.В. Мельник. – М.: Инфра-М, 2014. – 192 с.
15. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Учебное пособие для студентов/ Р.Ю. Овчинникова. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2005. – 286 с.
16. Овчинникова, Р.Ю. Проектирование в графическом дизайне: Учебное пособие для студентов/ Р.Ю. Овчинникова. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2005. – 389 с.
17. Руденков, В.М. Инновационный менеджмент: пособие / В.М. Руденков. – Минск.: Амалфея, 2014. - 459 с.

18. Семёнов, В. Товарный знак: битва со смыслами/ В. Семёнов. – СПб: Литер, 2005. – 246 с.
19. Серов, С.И. Графика современного знака/ С.И. Серов —М. : Линия График, 2005. – 408с.
20. Тимофеев, Г.С. Графический дизайн / Г.С. Тимофеева. – Ростов.: Издательство «Феникс» , 2002. – 368 с.
21. Туватова, В.Е. Фирменный стиль предприятий / В.Е. Туватова. – М.: Инфра-М, 2013. – 77 с.
22. Тульчевский, А. И. Анализ фирменного стиля периодических изданий / А. И. Тульчевский // Молодой ученый. — 2013. — № 3. — С. 529-532.
23. Цурри, О. Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании/ О. Г. Цурри // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2016. – №1– С. 91-96.
24. Чихольд, Я. Образцы шрифтов/ Я. Чихольд. – Минск.: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2012. – 548 с.
25. Электронный журнал «Эффективность организации» [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.hr-journal.ru/> - Дата доступа: 10.03.2020.
26. Фирменный стиль [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.marketing91.com/what-is-corporate-identity/>.- Дата доступа: 15.03.2020.
27. PF [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.print-forum.ru/news/28230.html/>.- Дата доступа: 10.04.2020.
28. Основные элементы фирменного стиля [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: https://studwood.ru/1131633/marketing/ponyatie_osnovnye_elementy_firmennogo_stilya/. - Дата доступа: 15.04.2020.
29. ProductGuide[Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.productguide.ru/products-4389-1.html/>.- Дата доступа: 20.04.2020.
30. Функции фирменного стиля [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.klerk.ru/boss/articles/259109/>. - Дата доступа: 21.04.2020.
31. Базиков.ру [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://bizikov.ru/2013/05/8-prichin-perejti-na-ploskij-dizajn/>.- Дата доступа: 22.04.2020.
32. Влияние бренда на конкурентоспособность [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: https://studopedia.ru/9_192979_vliyanie-brenda-na-konkurento-sposobnost-predpriyatiya/. - Дата доступа: 30.04.2020.