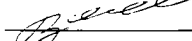


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

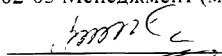
 В.Ф. Володько
«12» июня 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

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

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


Студент-дипломник, гр. 10801116

 Е.В. Синькевич


Руководитель, преподаватель

 Н.Н. Панков

Консультант, преподаватель

 Н.Н. Панков

Консультант по технологической
части, доцент, к.п.н

 О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
ст. преподаватель

 Н.Г. Аснович

Объем работы:

дипломная работа – 86 страницы;

графическая часть – 9 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 86 стр., 6 рисунков и схем, 10 таблиц,
28 использованных источника

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Цель дипломной работы – установление путей и разработка практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия.

Объект дипломного исследования – банк для бизнеса ЗАО «БТА Банк».

Задачи дипломного исследования:

1. Исследовать сущность, факторы влияния и способы управления рекламной деятельностью предприятия;
2. Провести анализ хозяйственной деятельности и состояния конкурентоспособности ЗАО «БТА Банк»;
3. Разработать и усовершенствовать рекламную деятельность предприятия ЗАО «БТА Банк», и произвести расчет ее экономической эффективности;
4. Разработать технологию реализации предлагаемой программы.

Элементом новизны полученных результатов является создание создание баз данных, ориентированных на клиента.

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. О некоторых вопросах осуществления рекламной деятельности: Указ Президента Республики Беларусь от 03.06.1996 №210/ред. От 26.07.2004/ (Собрание указов Президента и постановлений Кабинета Министров Республики Беларусь. – 1996 – №16 – ст.392).
2. О проведении рекламных игр в Республике Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь от 30 января 2003 г. №51 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2003 – №15 – 1/4370).
3. О рекламе: Закон Республики Беларусь от 18.02.1997 № 19-3/ред. От 28.11.2003/ (Ведомости Национального собрания Республики Беларусь – 1997 – №8 – ст.189).
4. Об утверждении временного положения о порядке осуществления рекламной деятельности на территории Республики Беларусь: Постановление Кабинета Министров Республики Беларусь от 12.07.1996 № 458/ред. От 20.10.2003/ (Собрание указов Президента и постановлений Кабинета Министров Республики Беларусь. – 1996 – №20 – ст.499).
5. Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана. 27.01.2012 г.
6. Закон Республики Казахстан от 31.08.1995 N 2444 «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан».
7. Аксаков, А. Тенденции и перспективы развития банковского законодательства// Банки Казахстана. – 2005 –N5 – С.34-36.
8. Акулич, М. Методы анализа структуры сбыта предприятие / Маргарита Акулич, // Продажи. – 2010 – №1/2 – с. 13-20.
9. Акулич, И.Л. Маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич. – Минск: Выш. шк., 2009 – 447 с.
10. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: Учебник. – 2-е изд., стер. – М.: КИОРУС, 2008.
11. Годин, А.М. Маркетинг: Учебно-методическое пособие. – М.: Издательский дом Данков и К, 2001.
12. Большаков, А.С. Маркетинг: Стратегия успеха. – СПб.: Издательский Дом Литера, 2003 . Ващенко, И.И. Маркетинг. – М.: ФБК-ПРЕСС, 2004.

13. Антипенко, О. Социальная реклама: какова ее эффективность? // Экономическая Газета. – 2003 – №93 (710) от 02.12.2003.
14. Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов / Г.Л.Багиев, В.М.Тарасевич, Х.Анн. – 2-е изд., стер. – М.: Экономика, 2001 – 703с.
15. Боисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учеб. пособие / Б.Л.Борисов. – М.: Фаир-Пресс, 2001 – 617с.
16. Бронникова, Т.С., Чернявский, А.Г. Маркетинг. Учебное пособие. – М.: ПРИОР, 2002 – 128с.
17. Васильев, Г., Поляков, В. Концепции управления рекламной деятельностью // Маркетинг. – 2005 – №5 – С.62-69.
18. Васильев, Г.А. Основы рекламной деятельности: Учеб. пособие для вузов / Васильев, Г.А. – М.: ЮНИТИ, 2004 – 414 с.
19. Гермогенова, Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации. – М.: «РусПартне Лтд», 1994 – 187 с.
20. Аскарлов, Т. «Банк ТуранАлем»: новый поворот на долгом пути// Мир Евразии. – 2005 – №2 – С.42-43
21. Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов / Г.Л.Багиев, В.М.Тарасевич, Х.Анн. – 2-е изд., стер. – М.: Экономика, 2001 – 703с.
22. Боисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учеб. пособие / Б.Л.Борисов. – М.: Фаир-Пресс, 2001 – 617с.
23. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: Учебник. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2008.
24. Акулич, И.Л. Маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич. – Минск: Выш. шк., 2009 – 447 с.
25. Гермогенова, Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации. – М.: «РусПартне Лтд», 1994 – 187 с.