

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ  
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

 Н.П. Пономарева

«26» 05 2021 г.

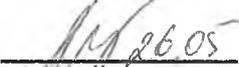
РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ  
«Разработка бренда бижутерии компании (на примере  
ООО «Еврошоп Бел»)»

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

Обучающийся  
группы 10508116

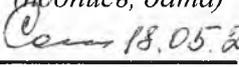
 26.05 Д.А. Роман  
(подпись, дата)

Руководитель

 26.05 Л.В. Гринцевич,  
(подпись, дата) канд.экон.наук, доцент

Консультанты:

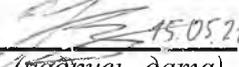
по организационно-  
экономическим вопросам  
по организации  
внешнеэкономической  
деятельности

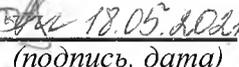
 26.05 Л.В. Гринцевич,  
(подпись, дата) канд.экон.наук, доцент  
 18.05.21 А.И. Сорокина  
(подпись, дата) канд.пед.наук, доцент

по графической разработке  
проекта

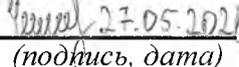
 15.05.21 Л.М. Булло  
(подпись, дата)

по применению экономико-  
математических методов и ЭВМ  
по охране труда

 15.05.21 В.В. Кожар  
(подпись, дата)

 18.05.2021 О.В. Абметко  
(подпись, дата)

Ответственный за нормоконтроль

 27.05.2021 В.С. Чижевский  
(подпись, дата)

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 182 страниц

графическая часть – 9 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2021

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 182 с., 41 рис., 53 табл., 40 источников, 3 прил.

### ДИЗАЙН-ПРОЕКТ, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, СОБСТВЕННЫЙ БРЕНД, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ПОТРЕБИТЕЛИ

**Объектом исследования** является общество с ограниченной ответственностью «Еврошоп Бел».

**Цель работы:** разработка собственного бренда бижутерии для предприятия розничной торговли ООО «Еврошоп Бел» для привлечения большего количества потребителей, повышения узнаваемости розничной сети и увеличения прибыли.

В процессе работы выполнен анализ показателей финансового состояния ООО «Еврошоп Бел», положения предприятия относительно основных конкурентов, возможности для повышения узнаваемости предприятия среди потребителей, также выполнен анализ затрат на реализацию дизайн-проекта.

Анализ экономических показателей выявил, что в деятельности ООО «Еврошоп Бел» заметно снижение эффективности. Основным направлением по достижению цели являлась разработка нового бренда для предприятия.

Были проанализированы собственные бренды конкурентов, предложена собственная концепция на основе существующих на рынке аналогов. В проекте был разработан фирменный стиль бренда и макеты упаковки.

Была проведена оценка эффективности данного проекта, проанализированы риски проекта.

Результаты создания бренда бижутерии могут быть реализованы предприятием в качестве инструмента повышения эффективности его деятельности и конкурентоспособности.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Академия рынка: маркетинг. Пер. с фр./А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др.; Научи. Ред. А.Г. Худокормов. – М.: Экономика, 1999. -572с.
2. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. / И.А. Бланк – М.: Издательство – «ЭКМОС», 1998. – 416 с.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Под ред. проф. В.А.Алексунина. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005. – 716 с.
4. Коммерческая деятельность предприятия: стратегия, организация, управление: Учебн.пособие / В.К. Козлов, С.А. Уваров и др., Под ред. В.К. Козлова. - СПб.: Политехника, 2000. – 322с.
5. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг в розничной торговле: Учебно-практическое пособие /Под общей редакцией профессора Парамоновой Т.Н. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2004. – 224 с.
6. Крепкий Л.М. Организация коммерческого успеха. Советы специалиста / Л.М. Крепкий – М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 1999. – 327 с.
7. План стратегических шагов по созданию и выведению PL/СТМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trade-help.com/torgovie-tehnologii/>.
8. Наумов В. Н. Маркетинговые решения в розничной торговле / В. Н. Наумов, С. П. Кукура. — СПб.: Политехника-Сервис, 2008. — 198 с.
9. Политика собственных торговых марок на торговом предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru>.
10. Собственная торговая марка (СТМ) для розничных сетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.marketing.spb.ru/lib-omm/brand/house\\_brand.htm](https://www.marketing.spb.ru/lib-omm/brand/house_brand.htm).
11. Комплекс маркетинга 4p: понятие и примеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://evronomareva.ru/2018/10/23/kompleks-marketinga-4p/>.
12. Продвижение собственной торговой марки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://retail.ru/articles/>.
13. Собственная торговая марка. Плюсы и минусы СТМ. Стратегия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://insoret.ru/privat-label/>.
14. Восприятие качества бренда потребителями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psycho.ru>.
15. Влияние негативного потребительского опыта на бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aptxt.com>.
16. Тенденции и перспективы развития сетевой торговли на рынке Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.i-bteu.by>.
17. Исследование франшизы Fix Price [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://franchisespace.ru/franshizy-tovarov>.
18. Нестандартная реклама торговой сети «Галамарт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/>.
19. Об утверждении санитарных норм и правил «Требования при работе с видеодисплейными терминалами и электронно-вычислительными

- машинами»: постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь, 28 июня 2013 г., № 59 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>.
20. Об утверждении санитарных норм и правил «Требования к микроклимату рабочих мест в производственных и офисных помещениях»: постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь, 30 апреля 2013 г., № 33 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>.
  21. Об утверждении гигиенического норматива «Микроклиматические показатели безопасности и безвредности на рабочих местах»: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 25 января 2021 г., № 37. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tnpa.by>.
  22. Об утверждении гигиенического норматива «Предельно допустимые концентрации вредных веществ в воздухе рабочей зоны»: постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь, 11 октября 2017 г., № 92 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>.
  23. СН 2.04.03 – 2020 Строительные нормы «Естественное и искусственное освещение». Утверждены и введены в действие постановлением Министерства архитектуры и строительства от 30 октября 2020 г. № 70. – Минск 2021: РУП «Стройтехнорм». – 86 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tnpa.by>.
  24. ГН-18 от 25.01.2021 № 37 Гигиенический норматив "Показатели безопасности и безвредности факторов производственной среды и трудового процесса при работе с видеодисплейными терминалами и электронно-вычислительными машинами": постановление Совета Министров Республики Беларусь, 25 января 2021 г., № 37. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tnpa.by>.
  25. СН 2.02.05-2020 Строительные нормы Республики Беларусь. Пожарная безопасность зданий и сооружений. Утверждены и введены в действие постановлением Министерства архитектуры и строительства от 12 ноября 2020 г. № 79. – Минск 2021: РУП «Стройтехнорм». – 70 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tnpa.by>.
  26. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2017. – 288 с.
  27. Коляда, А. Маркетинг, который работает. Создание эффективной маркетинговой стратегии в отечественных условиях. / А.Коляда. – Минск: Издательство Гревцова, 2006. – 240 с.
  28. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий. / Под ред. В.Позднякова. – М.: Инфра-М, 2015. – 624 с.
  29. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д.В. Лысенко. – М.: Инфра-М, 2017. – 320 с.
  30. Губина, О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. / О.В. Губина, В.Е. Губин. – М.: Инфра-М, 2014. – 340 с.
  31. Глубокий С.В., Зубрицкий А.Ф. Стратегический и оперативный маркетинг. Часть 1. – Минск, ВУЗ-ЮНИТИ, 2001. – 126 с.
  32. Глубокий С.В. Разработка маркетинговых стратегий промышленного предприятия. – Минск, БГПА, 1998. – 68 с.

33. Левитас, А. Экспресс-маркетинг. Быстро, конкретно, прибыльно. / А. Левитас. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 224 с.
34. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2017. – 288 с.
35. Сенаторов, А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 153 с.
36. 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.
37. Тимофеев, М.И. Маркетинг. / М.И. Тимофеев. – М.: Инфра-М, 2015. – 224 с.
38. Эконометрика и экономико-математические методы и модели: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / Г. О. Чистая [и др.]; под ред. Г.О. Чистой, С.Ф. Миксюк. – Минск: БГЭУ, 2018. – 511 с.
39. Экономико-математические методы и модели [Электронный ресурс]: практикум с использованием электронных таблиц / В.П. Грибкова [и др.]; Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Основы бизнеса». – Минск: БНТУ, 2014. – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/handle/data/6599>.
40. Гурская, С. Управление продажами / С. Гурская. – Минск: Вышэйшая школа. – 2015. – 303 с.