



**БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ  
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»**

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

 Н.П. Пономарёва

«  » 2022г.

**РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА**

**«Создание и разработка дизайн-концепции упаковки для продукции предприятия  
(на примере ЧПТУП «Вкус успеха»)»**

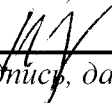
Специальность 1-27 03 02 «Управление дизайн-проектами на промышленном  
предприятии»

Обучающийся  
группы 10508118

  
(подпись, дата)

А.Д. Евсеева

Руководитель

  
(подпись, дата)

Л.В. Гринцевич,  
канд. экон. наук, доцент


Консультанты:

по проектной части

  
(подпись, дата)


Л.М. Булло

по документационному  
оформлению дизайнерского  
решения

  
(подпись, дата)


Н.П. Буланова

по графической разработке проекта


  
(подпись, дата)

Л.М. Булло

по применению экономико-  
математических методов  
по охране труда


  
(подпись, дата)

В.В. Кожар

  
(подпись, дата)

И.Н. Ушакова,  
канд. техн. наук, доцент

Ответственный за нормоконтроль

  
(подпись, дата)

А.В. Смёткина

Объем проекта:

расчетно-пояснительная записка – 14 страниц

графическая часть – 10 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2022

## РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 14 с., 25 рис., 38 табл., 31 источник, 2 прил.

### ДИЗАЙН, УПАКОВКА, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПОТРЕБИТЕЛИ, СПЕЦИИ, КОМПАНИЯ

Объектом исследования является ЧПУП «Вкус Успеха».

Цель проекта: разработка дизайна упаковки для организации, направленная на повышение узнаваемости ЧПУП «Вкус Успеха».

В процессе работы над проектом применялись следующие методы исследования: анализ и обработка литературных источников, специализированных материалов и данных исследуемых объектов, балансовый анализ, расчетно-конструктивный, структурный анализ, SWOT-анализ, PESTEL-анализ, аналитический, монографический, статистический, графический, экономико-математический методы.

Элементами практической значимости полученных результатов является дизайн фирменных банок, этикетки, которые разработаны по заказу организации и могут быть реализованы в качестве сувенирной продукции.

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

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломном проекте 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. История Дизайна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://diplomba.ru> –Дата доступа: 01.05.2022.
2. Упаковка глазами дизайнера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webdesign.ru.net> – Дата доступа: 01.05.2022.
3. Зачем компании этикетка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://reklamaplanet.ru> – Дата доступа: 01.05.2022.
4. Роль упаковки в имидже компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://otherreferats.allbest.ru> – Дата доступа: 02.05.2022.
5. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий. / Под ред. В.Позднякова. – М.: Инфра-М, 2015. – 624 с.
6. Зачем нужна правильная расстановка на прилавках магазина? Узнаваемость = успех [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru> – Дата доступа: 02.05.2022.
7. Будковская, О. Управление продажами. Как построить систему продаж, которая реально работает / О. Будковская, А. Назаров. – СПб.: Питер. – 2016. –384 с.
8. Коляда, А. Маркетинг, который работает. Создание эффективной маркетинговой стратегии в отечественных условиях. / А.Коляда. – Минск: Издательство Гревцова, 2006. – 240 с.
9. Упаковка продукта: её функции и основные элементы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.klerk.ru> – Дата доступа: 05.05.2022.
10. Калиева, О. М. Функциональная нагрузка и необходимость фирменного стиля в современной компании / О. М. Калиева, М. М. Варавва. — Молодой ученый. — 2016. — № 24 (128). — С. 182-184.
11. Солодар, М. Воронка продаж в интернете / М. Солодар. – М.: Эксмо, 2018. – 240 с.
12. Тенденции и перспективы развития сетевой торговли на рынке Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.i-bteu.by> – Дата доступа: 08.05.2022.
13. Философия и управление [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://present5.com/> – Дата доступа: 05.05.2022.
14. Обзор 7 видов упаковки. Какой вид лучше? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.logaster.ru/> –Дата доступа: 06.05.2022.
15. A Career in IT sales / «Thebalancecareers» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thebalancecareers.com/IT-sales-jobs-2918253/> – Дата доступа: 06.05.2022.
16. Цвет в системе фирменного стиля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.castcom.ru/> – Дата доступа: 07.05.2022.
17. How to sell IT services and hardware / «The balance careers» [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://www.thebalancecareers.com/IT-sales-jobs-2918253> – Дата доступа: 07.05.2022.
18. 6 Secrets of Selling IT Services / Storagecraft [Электронныйресурс].

– Режим доступа: <https://blog.storagecraft.com/6-secrets-selling-IT-services/> –  
Дата доступа: 07.05.2022.

19. Гурская, С. Управление продажами / С. Гурская. – Минск: Высшая школа. – 2015. – 303 с.

20. Тенденции и перспективы развития сетевой торговли на рынке Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.i-bteu.by> – Дата доступа: 08.05.2022.

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

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

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

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

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

26. Глубокий, С.В. Разработка маркетинговых стратегий промышленного предприятия. – Минск, БГПА, 1998. – 68 с.

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

28. Сенаторов, А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблицер, 2016. – 153 с.

29. 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.

30. Тимофеев, М.И. Маркетинг. / М.И. Тимофеев. – М.: Инфра-М, 2015. – 224 с.

31. 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.