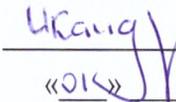


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, доцент

 И.Н. Кандричина
«01» 06. 2024 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ
ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

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

Направление: 1-26 02 02-03 Менеджмент (производственный)

Студент-дипломник, гр. 10801320  Ш.Э. Низомиддинова

Руководитель, ст. преподаватель  О.А. Рожок

Консультант, ст. преподаватель  О.А. Рожок

Консультант по технологической
части, к.п.н., доцент  О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель  Е.О. Шнип

Объем работы:

дипломная работа – 91 страниц;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2024

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 91 стр., 12 рисунков и схем, 12 таблиц,
28 использованных источников

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ, КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТОЛОГ

Объект исследования – МО ОАО «Луч» – управляющая компания холдинга «Обувь – «Луч».

Предмет исследования – совершенствование коммуникационной политики предприятия.

Цель работы: разработать мероприятия по совершенствованию коммуникационной политики МО ОАО «Луч».

Методы исследования: анализ теоретической литературы; изучение документов исследуемого предприятия; метод контактных аудиторий; метод оценки эффективности по мероприятиям стимулирования сбыта.

Задачи дипломного исследования:

- 1) изучить теоретические аспекты коммуникационной политики;
- 2) проанализировать коммуникационной политики МО ОАО «Луч»;
- 3) дать рекомендации по совершенствованию коммуникационной политики МО ОАО «Луч»;
- 4) разработать технологию реализации предлагаемой программы.

Научная новизна состоит в разработке плана мероприятий коммуникационной политики предприятия. Проведение данного мероприятия позволит улучшить эффективность использование коммуникационной политики на предприятии и, следовательно, получить экономическую выгоду.

Область возможного практического применения результатов: результаты полученные в дипломной работе могут быть использованы МО ОАО «Луч» при совершенствовании коммуникационной политики.

Студент-дипломник подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников теоретические и методологические положения сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 304 с.
2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 363 с.
3. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг : монография / М. Ю. Горнштейн. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К, 2022. – 404 с.
4. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.
5. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 294 с.
6. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 406 с.
7. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 292 с.
8. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 340 с.
9. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 474 с.
10. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 367 с.
11. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 170 с.
12. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 383 с.
13. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 444 с.
14. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 486 с.

15. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 436 с.
16. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 221 с.
17. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : учебное пособие / Ф. Котлер [и др.]. – 10-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2021. – 211 с.
18. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 419 с.
19. Лукаш, Ю. А. Маркетинг – дело многогранное : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. – Москва : Флинта, 2022. – 642 с.
20. Маркетинг : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» / под ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. – 183 с.
21. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 370 с.
22. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 4-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2022. – 433 с.
23. Маркетинг. Практикум : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 325 с.
24. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 589 с.
25. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 379 с.
26. Маркетинговое управление разработкой продукта : учебное пособие / И. И. Скоробогатых, М. А. Солнцев, Ж. Б. Мусатова, П. Ю. Невоструев ; под общ. ред. И. И. Скоробогатых. – Москва : Дашков и К, 2022. – 176 с.
27. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие / под ред. Л.С. Латышовой. – 5-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2023. – 150 с.
28. Официальный сайт - МО ОАО «Луч» - управляющая компания холдинга «Обувь – «Луч» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.obuvluch.by/> – Дата доступа: 01.04.2024