

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

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, канд. соц. наук, доцент,

И.Н. Кандричина И.Н. Кандричина
«18» июня 2024 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА
ПРЕДПРИЯТИИ

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

Направление: 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-административный)

Студент-дипломник, гр. 30801220 С.В. Дзюрин С.В. Дзюрин

Руководитель, доцент П.В. Сачек П.В. Сачек

Консультант, доцент П.В. Сачек П.В. Сачек

Консультант по технологической
части, к.и.н., доцент Е.Г. Богданович Е.Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель А.Г. Лобач А.Г. Лобач

Объем работы:

дипломная работа – 68 страниц;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2024

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 69 с., 11 рис., 7 табл., 21 источник.

РЕКЛАМА, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ТОРГОВОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ, СБЫТ, СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПОСРЕДНИКИ, КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПРОДАЖИ

Цель исследования: раскрыть сущность и особенности рекламной деятельности торгового предприятия на примере ООО «Теплый угол».

Объект исследования: ООО «Теплый угол».

Предмет исследования: направления повышения эффективности рекламной деятельности ООО «Теплый угол»

Научные исследования и разработки: охарактеризовано понятие, особенности и эффективность рекламной деятельности торгового предприятия; проведен анализ рекламной, маркетинговой и сбытовой деятельности торгового предприятия на примере ООО «Теплый угол».

Экономическая и социальная значимость: разработаны предложения по повышению эффективности рекламной деятельности предприятия.

Методы исследования: анализа, синтеза, сравнения, обобщения, структурных аналогий.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней цифровой материал правильно и объективно отражает состояние исследуемой проблемы.



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Афанасьев, М. П. Маркетинг – стратегия и практика фирмы / М.П. Афанасьев. - М.: Финстатинформ, 2010. - 104 с.
- 2 Балабанова, Л. В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция / Л.В. Балабанова. - М.: Экономика, 2011. - 207с.
- 3 Басовский, Л.Е. Маркетинг /Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 219 с.
- 4 Богатин, Ю.В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия / Ю.В. Богатин. – М.: Стандарты, 2011. - 400 с.
- 5 Болт, Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г.Дж. Болт. — М.: Экономика, 2010. – 238 с.
- 6 Виханский, О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Экономистъ, 2011. – 528 с.
- 7 Горфинкель, В. Я. Экономика организаций (предприятий) / В.Я Горфинкель, В.Я Швандар. – М: ЮНИТИ – ДАНА, 2010. - 608 с.
- 8 Джеймс, К. Основы финансового менеджмента / К. Джеймс, Д.М. Вахович. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2011. – 403 с.
- 9 Дихтль, Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль. - М.: Омега-Л, 2009. - 254 с.
- 10 Засорина, Т. Поведение потребителей при выборе магазина для покупки строительных и отделочных материалов / Т. Засорина, Н. Штернлит. - 2010. - № 9. - С. 45-48.
- 11 Калька, Р. Маркетинг / Р. Калька, А. Мэссен .– М.: Омега-Л, 2007. – 128 с.
- 12 Каплина, С.А. Технология торговли / С.А. Каплина. – Р. н/Д: Феникс, 2010. – 441 с.
- 13 Кондрашов, В.М. Менеджмент продаж / В.М. Кондрашов. – М.: Вузовский учебник, 2007. – 279 с.
- 14 Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер. – СПб.: ПИТЕР, 2009. – 900 с.
- 15 Кузин, Б. Методы и модели управления фирмой / Б. Кузин, В. Юрьев, Г. Шахдинаров. – СПб: Питер, 2011. – 432 с.
- 16 Лебедева, С.Н. Экономика торгового предприятия / С.Н. Лебедева, Н.А. Казиначикова, А.В. Гавриков. - Минск: Новое знание, 2010. - 240 с.
- 17 Лопатина, И.М. Основы анализа финансового состояния предприятия / И.М. Лопатина, З.К. Золкина. – Ярославль, 2010. - 300 с.
- 18 Мильнер, Б.З. Теория организации / Б.З. Мильнер. - М.: ИНФРА-М, 2010. – 648 с.
- 19 Осипова, Л.В. Основы коммерческой деятельности / Л.В. Осипова. — М.: Бином, 2011. – 236 с.
- 20 Савенкова, Т.И. Основы практического маркетинга / Т.И. Савенкова. – М.: Экономистъ, 2010.– 136с.
- 21 Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ / Н.Н. Селезнев, А.Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 479 с.