

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Машиностроительный факультет

Кафедра «Инженерная экономика»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ О.А. Лавренова  
« \_\_\_\_ » июня 2019 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

«Совершенствование коммуникационной политики организации»

Специальность 1- 27 01 01 «Экономика и организация производства»  
Направление специальности 1- 2701 01-08 «Экономика и организация производства  
(приборостроение)»

Обучающейся группы  
группы 11306114

\_\_\_\_\_ Е.С. Прикота

Руководитель

\_\_\_\_\_ Е.С. Третьякова  
ст. преподаватель

Консультанты  
по разделу - организационно-  
экономическая часть

\_\_\_\_\_ Е.С. Третьякова  
ст. преподаватель

по разделу - автоматизация и  
математические методы

\_\_\_\_\_ П.В. Мелюшин  
к.э.н., доцент

по разделу - охрана труда

\_\_\_\_\_ А.М. Науменко  
к.т.н., доцент

Ответственный за нормоконтроль

\_\_\_\_\_ Л.И. Заяц  
ст. преподаватель

Объем проекта:

пояснительная записка – \_\_\_\_\_ страниц;

графическая часть – \_\_\_\_\_ листов;

магнитные (цифровые) носители – \_\_\_\_\_ единицы.

Минск 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 90 с., 15 рис., 29 табл., 61 источник

### КОММУНИКАЦИИ, КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ, РЕКЛАМА, СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА, ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕКЛАМА

Объектом исследования являются коммуникации и их роль в деятельности организации.

Цель проекта - теоретический анализ и разработка практических рекомендаций по совершенствованию управления коммуникационной политики на примере ЗАО «Идея Банк».

В процессе проектирования выполнены следующие исследования: изучены теоретические основы коммуникаций банка; выявлено значение коммуникационной политики для организации; проведен анализ производственно-хозяйственной деятельности ЗАО «Идея Банк»; представлены существующие направления маркетинговой деятельности; предложены к внедрению мероприятия по совершенствованию коммуникативной политики организации ЗАО «Идея Банк».

Элементами научной новизны (практической значимости) полученных результатов являются предложения, способствующие повышению эффективности коммуникационной политики.

Областью возможного практического применения является ЗАО «Идея Банк».

Результатом внедрения явились повышение уровня рентабельности и получение большей прибыли.

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломном проекте расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (разрабатываемого объекта), все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / Н.И.Мелентьева. – СПб.: Из-во СПбГУЭФ, 2011. – 72 с
2. Маркетинговые коммуникации: Учебник / И.М.Синяева, С.В.Земляк, В.В.Синяев, под ред. проф. Л.П.Дашкова. – 5-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. – 324 с
3. Голубкова Е.Н., Маркетинговые коммуникации: Учебник / Е.Н.Голубкова. – М.: ДиС, 2011. – 336 с
4. Мазилкина Е.И., Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е.И.Мазилкина. – М.: «Дашков и К», 2012. – 256 с
5. Музыкант В.Л., Интегрированные маркетинговые коммуникации : Учебное пособие / В.Л.Музыкант. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 216 с
6. Романов А.А., Маркетинговые коммуникации: Учебник / А.А.Романов, И.М.Синяев, В.А.Поляков. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. – 384 с
7. Амблер Т. Практический маркетинг. / Пер. с англ. Под общей ред. Ю.Н.Каптуревского.-СПб: Издательство «Питер», 1999.-400с.
8. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. М.: Русская Деловая Литература, 2014.– 416с.
9. Гайдаренко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика / Т.А. Гайдаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2006. – 496 с.
10. Гитомер Дж. Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 192 с.
11. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009.- 363с.
12. Дубровин И.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник. – М.: Издательство – торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 580 с.
13. Дубровский В.Ж., Чайкин Б.И. Экономика и управление предприятием (фирмой). Екатеринбург: Изд. Уральского государственного экономического университета, 2015 г. - 443 стр.
14. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR- текстов – 3-е изд., СПб.: Питер, 2010. – 176 с.
15. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент - СПб: Питер Ком, 2014.- 896 с.
16. Котлер Ф. Основы маркетинга Краткий курс. / Пер. с англ. - М.: Изд. дом «Вильямс», 2013. — 656 с.

17. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ.-2-е европ.изд.-К.;М.;СПб.: Издат.дом. «Вильямс», 2012.-105с.
18. Крылова Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг. Теория и практика. Учебник Лист Изм. Лист № докум. Подпись Дата 58 для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 655 с.
19. Ламбен Ж-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива.- СПб., Наука, 2003, м.71
20. Лукина А.В. Маркетинг. – 2-е изд. Исп. И доп. М.:ФОРУМ: 2008. – 240 с.
21. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014.– 356с.
22. Официальный сайт ЗАО «Идея банк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ideabank.by/>. – Дата доступа: 09.03.2019
23. Банковский кодекс Республики Беларусь: КодексРесп. Беларусь, 25 окт. 2000 г., № 441-3: в ред. Закона Респ. Беларусь от 08.07.2008 г., № 372-3 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2002. — Дата доступа: 09.03.2019.
24. Инструкция о порядке формирования и использования банками, открытым акционерным обществом «Банк развития Республики Беларусь» и небанковскими кредитно- финансовыми организациями специальных резервов на покрытие возможных убытков по активам и операциям, не отраженным на балансе): Постановление Правления Национального банка Респ. Беларусь, 28 сент. 2006 г., №138 с изм. и доп. Постановлением Правления Национального банка Респ. Беларусь от 15 декаб. 2017 г. №505 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
25. Банковское дело. Справочное пособие/ под ред. Ю. А. Бабичевой / М.: Экономика. 1994, с. 233-257.
26. Лаврушин, О.И. Банковские риски: учебное пособие / под ред. О.И. Лаврушина, Н.И. Валенцовой. - М.: КНОРУС, 2007. - 232 с.
27. Щепакин М.Б. Экономика рекламной деятельности: учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., изм. – Краснодар: Изд. КубГТУ. 2007. - 448с
28. Маркетинг. Под. ред. акад. А.Н. Романова. –М.: ЮНИТИ, 2003. – 718с
29. Соловьев Б.А. Маркетинг.: Учебник – М.: М.: ИНФРА– М, 2007.– 383 с.

30. Диксон П. Управление маркетингом. –М.: Бином, 2001. –399 с.
31. Виноградова С.Н. Организация и технологии торговли. –Минск.: Высшая школа, 2004. –518 с
32. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков – М.: Экономистъ, 2006. – 568с.
33. Бухгалтерский баланс ЗАО «Идея Банк» на 01 января 2016 года.
34. Бухгалтерский баланс ЗАО «Идея Банк» на 01 января 2017 года.
35. Бухгалтерский баланс ЗАО «Идея Банк» на 01 января 2018 года.
36. Отчет о прибылях и убытках ЗАО «Идея Банк» на 01 января 2016 года.
37. Отчет о прибылях и убытках ЗАО «Идея Банк» на 01 января 2017 года.
38. Отчет о прибылях и убытках ЗАО «Идея Банк» на 01 января 2018 года
39. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: Учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. - М.: Юрайт, 2012. - 415 с.
40. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: Учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. - М.: Юрайт, 2013. - 415 с.
41. Кулик И.И. и др. Прямая реклама и система Public Relations как элемента маркетинга: отечественная и зарубежная теория и практика. - Минск.: БелИПК, 2009. - 298 с.
42. Аверченко А.Д. Прямой маркетинг как универсальный ключ к лояльности клиента // Школа рекламиста, 2008, № 6. - с. 15-20
43. Грошева И. Роль маркетинга в управлении инновационной деятельностью малых и средних промышленных предприятий// Проблемы теории и практики управления. – 2011. - № 6. – С. 95-105
44. Коротков А. Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях// Маркетинг. – 2011. - № 2. – С. 28-41
45. Малыгин А.В. Тайм-маркетинг: в центре внимания – время клиента// Инновации в образовании. – 2009. - № 1. – С. 44-58
46. Голодухина Я. Г. Совершенствование коммуникативной политики компании // Молодой ученый. — 2016. — №2. — С. 466-468. — URL <https://moluch.ru/archive/106/25392/> - Дата доступа: 11.05.2019.
47. Синева Н.Л., Яшкова Е.В., Перова Т.В. Управление системой креативного менеджмента (менеджмента творчества персонала) как фактор

формирования конкурентных преимуществ инновационной организации// Интернет-журнал Науковедение. 2014. № 5 (24). С. 115.

48. Современные прикладные технологии управления персоналом компании [Электронный ресурс] — URL: <http://xn—9sbh0a2bxe.xn--plai/treniny/sovremennye-prikladnye-texnologii-upravleniya-personalom-kompanii/> - Дата доступа: 11.05.2019.

49. Раянов Р. Как создать собственную CRM / Р. Раянов / М: САМИЗДАТ, 2015 г.

50. Препятствия при внедрении CRM-системы [Электронный ресурс] — URL: <http://www.crm-practice.ru/editor/523/> Дата доступа: - 28.05.2019.

51. Всё, что важно знать о внедрении CRM [Электронный ресурс] — URL: <http://class365.ru/crm/vnedrenie-crm/> - Дата доступа: 20.05.2019.

52. CRM: преимущества и недостатки [Электронный ресурс] — URL: <https://www.prostoy.ru/2154.html/> - Дата доступа: - 22.05.2019.

53. Широкова А.С., Маслова А.В. Исследование влияния роли сотрудника компании при внедрении CRM-системы // Молодой ученый. - 2016. - №16. - С. 56-59.

54. ТКП 45-3.02-209-2010 «Административные и бытовые здания».

55. Санитарные нормы и правила «Требования при работе с видеодисплейными терминалами и электронно-вычислительными машинами», утв. Постановлением Министерства здравоохранения РБ 28.06.2013 № 59.

56. Санитарные нормы и правила "Требования к микроклимату рабочих мест в производственных и офисных помещениях", утв. Постановлением Министерства здравоохранения РБ 30.04.2013 №33.

57. ТКП 45-2.04-153-2009 "Естественное и искусственное освещение. Строительные нормы проектирования".

58. ГН №92 от 11.10.2017 «Предельно допустимая концентрация вредных веществ и пыли в воздухе рабочей зоны».

59. Санитарные нормы и правила "Шум на рабочих местах, в транспортных средствах, в помещениях жилых и общественных зданий и на территории жилой застройки", утв. Постановлением Министерства здравоохранения РБ 16.11.2011 №115.

60. Санитарные нормы и правила "Гигиенические требования к электромагнитным полям в производственных условиях", утв. Постановлением Министерства здравоохранения РБ 21.06.2010 № 69.

61. ТКП 45-2.02-315-2018 «Пожарная безопасность зданий и сооружений. Строительные нормы проектирования».