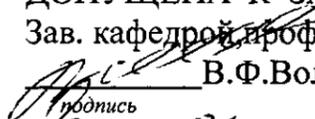


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой профессор


В.Ф.Володько

«21» 06 2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

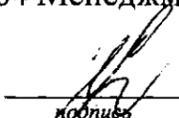
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Специальность 1 – 26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление специальности 1 – 26 02 02 – 04 Менеджмент (недвижимости)

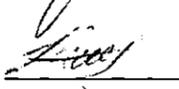
Студент 10801115

группы


подпись

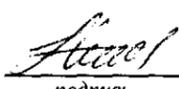
Н.Ю. Шостак

Руководитель
(ст. преподаватель)


подпись

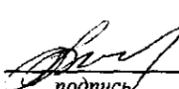
Н.Г. Аснович

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(ст. преподаватель)


подпись

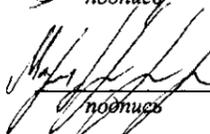
Н.Г. Аснович

по технологической части
(к.п.н., доцент)


подпись

О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль


подпись

М.А. Громова

Объем работы:

дипломная работа – 88 страница;

графическая часть – 8 страниц;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 88 стр., 11 рисунков и схем, 24 таблицы,
21 использованных источников

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ

Целью выпускной квалификационной работы является – определение путей повышения эффективности информационно - рекламной деятельности предприятия на рынке недвижимости.

Объектом исследования дипломного проекта является ООО «Хамелеон бай».

Задачи дипломной работы:

1) раскрыть теоретические основы организации рекламной деятельности, в том числе и на рынке недвижимости;

2) рассмотреть виды рекламы, определить методы оценки экономической эффективности рекламной деятельности предприятия;

3) провести анализ хозяйственной деятельности ООО «Хамелеон бай» за 2016-2018 гг.;

4) разработка мероприятия по повышению эффективности рекламной деятельности.

5) разработать предложения по повышению эффективности информационно-рекламной деятельности предприятия и провести расчет их экономической эффективности.

В процессе исследования и обработки материалов применялись следующие методы экономических исследований: графический, монографический, абстрактно-логический, использовались основные приемы анализа.

Элементом новизны полученных результатов является разработка календарного маркетингового плана, рекламной кампании с переориентацией на Интернет-рекламу. В результате внедрения предложенных мероприятий рентабельность повысилась, прибыль начала расти быстрее, чем издержки деятельности.

Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абчук, В.А. Азбука маркетинга / В.А. Абчук. – СПб.: Изд-во «Союз», 2010. – 270с.
2. Анискин, Ю.П. Конкурентноспособность / Ю.П. Анискин. – М.:Юнити, 2003. – 110 с.
3. Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегии: учеб. для вузов / Г. Ассэль. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 804 с.
4. Ананич, М.И. Основы рекламной деятельности / М.И. Ананич. – Новосибирск: СибУПК, 2011 – 92 с.
5. Академия рынка: маркетинг. пер. с фр. / А. Дайан [и др.]; под общ. ред. А.Д. Худокормов. – М.: Экономика, 2008. – 572 с.
6. Айзенберт, М. Менеджмент рекламы / М. Айзенберг – М.: 2009. – 345 с.
7. Багиев, Г.Л., Экономика / Г.Л. Багиев. – М.: Юнити, 2005. – 703 с.
8. Барабаш, В.В. Реклама и маркетинг (функции, цели, каналы распространения) / В.В. Барабаш, В.Л. Музыкант. – М.: ПАИМС, 2010. – 298 с.
9. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков / И.С.Березин. – М.: Русская Деловая Литература, 2008. – 416 с.
10. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учеб. для вузов /Г.Л. Багиев, В.М.Тарасевич, Х. Анн; под ред. Г.Л. Багиева. – М.: Издательство «Экономика», 2007. – 703с.
11. Власова, Н.М. Психология в рекламе : методическое пособие / Н.М.Власова. – Кемерово, 2010. – 28 с.
12. Гавриленко, О.Л. Реклама в системе информационно-образовательной деятельности / О.Л.Гавриленко. – СПб., 2010. – 17 с.
13. Гермогенова Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации. М.:2009. – 325 с.
14. Гилберт, А. Ч. Маркетинговые исследования / А.Ч. Гилберт. – СПб: Изд-во «Питер», 2008. – 752 с.
15. Голубков, Е.П. Основы маркетинга: уч. / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2010. – 656 с.
16. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М.:, 2008. – 258 с.
17. Гольман, И.А. Рекламное планирование./ И.А. Гольман. – М.:ГеллаПринт, 2010. – 382 с.
18. Гольман, И.А. Реклама плюс. Реклама минус / И.А. Гольман. – М.: ГеллаПринт, 2010. – 280 с.
19. Грузинов, В.П. Схема маркетинговой деятельности / В.П. Грузинов. –М.: «Инфра – М», 2008.-305с.

20. Дихтль, Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Хершген. под ред. И.С. Минко. – М.: Высш.шк., 2005. – 255 с.
21. Дейян, А. Реклама / А. Дейян [и др.]; под общ. ред. В.С. Загашвили. – М.: АО Издательская группа «Прогресс», 2009. – 320 с.
22. Дурович, А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности / А.П. Дурович. – Мн.: НПЖ «Финансы, учет, аудит», 2003. – 464 с.
23. Ермолович, Л.Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Л.Л. Ермолович [и др.] – Минск: Экоперспектива, 2011. – 576 с.
24. Зотов, В.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие (часть 1) / В.П. Зотов. – Кемерово: КТИПП, 2008. – 540 с.
25. Зотов, В.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие (часть 2) / В.П. Зотов. – Кемерово: КТИПП, 2008. – 540 с.
26. Котлер, Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Кросс. Плюс», ноябрь 2008. – 702 с.
27. Крылов, И.В. Теория и практика рекламы / И.В. Крылов. – М.: «Центр», 2006. – 184 с.
28. Качалов, И. Семь причин падения эффективности рекламы / И. Качалов. – М.: Реклама. – 2011. – №1. – С. 20 – 22.
29. Матанцев, А. Н. Эффективность рекламы / А.Н. Матанцев. – М.: Финпресс. – 2012. – 413 с.
30. Медведева, О. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Медведева О. В. [и др.]; – Мн.: Высш. шк., 2010. – 154 с.
31. Москвина, В.Ю. Маркетинговые исследования / В.Ю. Москвина. – СПб.: ГОРТИС – 2010. – 173 с.
32. Наумова, А.В. Рекламная деятельность: учебное пособие / А.В. Наумова. – Новосибирск: СибУПК, 2011. – 140 с.
33. Ноздрева, Р.Б. Маркетинг: учеб. пособ. / Р.Б. Ноздрева. – М.: ТК Велби, 2008. – 232 с.
34. Полукаров, В.Л. Реклама / В.Л. Полукаров, Е.Л. Головлева. – М.: Изд-во УРАО, 2011. – 192 с.
35. Ричард, Отт. Создавая спрос. Эффективные советы и рекомендации по маркетингу / Отт Ричард. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 2010. – 320 с.
36. Рожков, И.Я. Реклама: планка для «профи» / И.Я. Рожков. – М.: Юрайт, 2008. – 314 с.
37. Ромат, Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. СПб.: – Питер, 2012. – 314 с.

38. Росситер, Дж. Р. Реклама и продвижение товаров / Дж. Р. Росситер, Л. Перси. – СПб.: Питер, 2011. – 105с.
39. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. / Г.В. Савицкая - Минск: «РИПО», 2012. - 367 с.
40. Старобинский, Э.И. Самоучитель по рекламе / Э.И. Старобинский. – 5-е изд., пер. и доп.– М.: Интел-Синтез, 2008. – 320 с.
41. Уперов, В.В. Реклама - ее сущность, значение, историческое развитие и психологические основы / В.В. Уперов. – СПб.: Гермес. Торговля и реклама, 2011. – 320 с.
42. Харрис, Г. Как заставить говорить о вашем деле: 101 простой и недорогой способ продвинуть свой бизнес / Г. Харрис. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 144с.
43. Фатхутдинов, В.А. Стратегический менеджмент. / В.А. Фатхутдинов. – М: Издательство «Дело», 2005. – 448 с.
44. Шадрина, Г.В. Экономический анализ / Г.В. Шадрина. – М.: МФПА, 2005. – 161 с.