


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

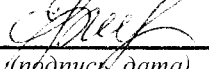
КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»


ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
 А. В. Авдиеёнок
« 07 » августа 2020 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ


«Ребрендинг как способ повышения эффективности маркетинговой
деятельности (на примере СОАО «Парфюмерно-косметическая фабрика
«Модум – наша косметика»)»

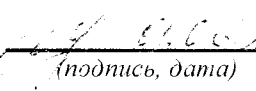
Специальность 1 - 27 03 02 «Управление дизайн-проектами на
промышленном предприятии»

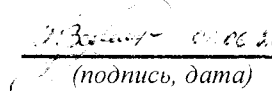
Обучающийся
группы 10508115  Е.В. Куди
(подпись, дата)

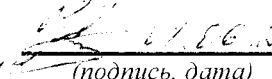
Руководитель  Н.И. Камоцкая
(подпись, дата)

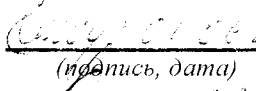
Консультанты:

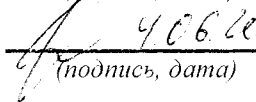
по организационно-
экономическим вопросам  Н.И. Камоцкая
(подпись, дата)

по организации
внешнеэкономической
деятельности  Н.И. Шумская
(подпись, дата)

по графической разработке
проекта  А.В. Авдиеёнок
(подпись, дата)

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ  В.В. Кожар
(подпись, дата)

по охране труда  А.А. Снарский
(подпись, дата)

Ответственный за нормоконтроль  Т.К. Савко
(подпись, дата)

Объем работы:
расчетно-пояснительная записка – 183 страниц
графическая часть – 13 листов
магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 133 с., 43 рис., 36 табл., 30 источников, 2 прил.

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ, РАЗРАБОТКА, ПЛАН-ГРАФИК,
ОПТИМИЗАЦИЯ, РИСКИ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Объектом исследования является СОАО «Парфюмерно-косметическая фабрика «Модум – наша косметика»

Цель работы: анализ понятия ребрендинг на примере создания дизайн-проекта для косметической линии VegeVita Detox.

В процессе работы выполнены проведены исследования внутренней и внешней сред косметического рынка, маркетинговые исследования потребностей целевой аудитории.

Элементами научной новизны (практической значимости) полученных результатов являются создание плана-графика дизайн-проекта, его оптимизация, и прогнозирование его экономической эффективности.

В ходе дипломной работы прошли апробацию художественно-конструкторские предложения, варианты оптимизации плана-графика дизайн-проекта.

Результатами внедрения явились готовые макеты упаковки для косметической линии VegeVita Detox.

Приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса, все заимствованные из литературных источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Басовский, Л.Е. Маркетинг: курс лекций / Л.Е. Басовский. - Москва: Инфра-М, 2009. - 208 с.
2. Веркман, К. Товарные знаки: создание, психология, восприятие: пер. с англ./ Веркман К. – М.: «Прогресс», 2006. – 248 с.
3. Гринцевич, Л.В. Организация и проведение преддипломной практики: учебно-методическое пособие для студентов специальностей 1 – 27 03 01 «Управление инновационными проектами промышленных предприятий», 1 – 27 03 02 «Управление дизайн-проектами на промышленном предприятии» / Л.В. Гринцевич, Н.В. Жудро, О.И. Жук, В.О.Зарецкий, Т.К.Савко. – Минск.: Издательство «ФУАинформ», 2019. – 110 с.
4. Губина, О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия/ О.В.Губина. - М.: Инфра-М, 2014. – 192 с.
5. Дубов, П. А. Формирование корпоративного имиджа/ П. А. Дубов// Вестник экономики, права и социологии. – 2014. - №1 – С. 12-16.
6. Иттен, И. Искусство цвета/ И.Итте. – М.:Д.Адронов, 2004. – 99 с.
7. Коляда, А. Маркетинг, который работает. Создание эффективной маркетинговой стратегии в отечественных условиях / А.Коляда. – Минск: Издательство Гревцова, 2006. – 240 с.
8. Комарова, Ю.В. Идентификация понятий и различий жизненных циклов товара и бренда/ Ю.В. Комарова // Современные исследования социальных проблем. – 2017. - №5. – С. 38-41.
9. Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. / М.В. Косолапова. – М.: Дашков и К, 2016. - 248 с.
10. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д.В.Лысенко. – М.: Инфра-М, 2017. – 320 с.
11. Марченко, М. Н. Дизайн фирменного стиля компаний, специализирующихся на геолого-геофизических изысканиях / М. Н. Марченко, Е. А. Ивашечкина // Молодой ученый. — 2015. — № 11. — С. 1842-1848.
12. Мокшанцев, Р.И. Психология рекламы/ Р. И. Мокшанцев. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 546 с.
13. Мельник, М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / М.В. Мельник. – М.: Инфра-М, 2014. – 192 с.
14. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: Учебное пособие для студентов/ Р.Ю. Овчинникова. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2005. – 286 с.
15. Овчинникова, Р.Ю. Проектирование в графическом дизайне: Учебное пособие для студентов/ Р.Ю. Овчинникова. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2005. – 389 с.
16. Руденков, В.М. Инновационный менеджмент: пособие / В.М. Руденков. – Минск.: Амалфея, 2014. - 459 с.
17. Семёнов, В. Товарный знак: битва со смыслами/ В. Семёнов. – СПб: Питер, 2005. – 246 с.

18. Серов, С.И. Графика современного знака/ С.И. Серов —М. : Линия График, 2005. – 408с.
19. Тимофеев, Г.С. Графический дизайн / Г.С. Тимофеева. – Ростов.: Издательство «Феникс» , 2002. – 368 с.
20. Туватова, В.Е. Фирменный стиль предприятий / В.Е. Туватова. – М.: Инфра-М, 2013. – 77 с.
21. Тульчевский, А. И. Анализ фирменного стиля периодических изданий / А. И. Тульчевский // Молодой ученый. — 2013. — № 3. — С. 529-532.
22. Цурри, О. Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании/ О. Г. Цурри // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2016. – №1– С. 91-96.
23. Чихольд, Я. Образцы шрифтов/ Я. Чихольд. – Минск.: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2012. – 548 с.
24. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 24.02.2020.
25. Влияние химической промышленности на окружающую среду [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://musorish.ru/vliyanie-himicheskoy-promyshlennosti-na-okruzhayuschuyu-sredu/>. - Дата доступа: 03.03.2020.
26. Этапы проведения ребрендинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://corphero.ru/biz/rebranding.html/>. - Дата доступа: 04.03.2020.
27. Комарова Ю.В. Идентификация понятий и различий жизненных циклов товара и бренда/ Ю.В. Комарова // Современные исследования социальных проблем. – 2017. - №5. – С. 38-41.
28. Our History [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pepsico.com/Company/Our-History.html/>.- Дата доступа: 06.03.2020.
29. The Chronicle Of Coca-Cola: Birth of a Refreshing Idea [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.coca-colacompany.com/stories/the-chronicle-of-coca-cola-birth-of-arefreshing-idea/>.- Дата доступа: 07.03.2020.
30. Постановление министерства здравоохранения Республики Беларусь 12 июня 2012 г. № 68 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pravo.by/upload/docs/op/W21226108p_1343768400.pdf/. - Дата доступа: 10.03.2020.