

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой


 А. В. Авдijenок

« 05 » июня 2020 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ
«Создание и внедрение фирменного стиля ЗАО «Вольна»


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

Обучающийся
группы 10508115


(подпись, дата)

Е.О. Ермолович

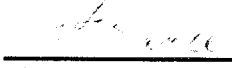
Руководитель


(подпись, дата)

Н.И. Камоцкая

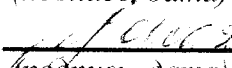
Консультанты:

по организационно-экономическим
вопросам


(подпись, дата)

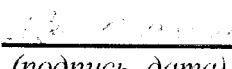
Н.И. Камоцкая

по организации
внешнеэкономической
деятельности


(подпись, дата)

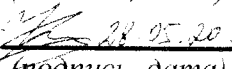
Н.И. Шумская

по графической разработке проекта

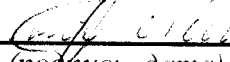

(подпись, дата)

А.В. Авдijenок

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ
по охране труда

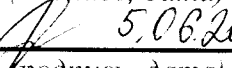

(подпись, дата)

В.В. Кожар


(подпись, дата)

А.А. Снарский

Ответственный за нормоконтроль


(подпись, дата)

Т.К. Савко

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 179 страниц

графическая часть – 13 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 179., 41 рис., 46 табл., 30 источников, 3 прил.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ, ТОВАРНЫЙ ЗНАК, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объектом исследования является ЗАО «Вольна».

Цель работы: Разработка фирменного стиля ЗАО «Вольна».

В процессе работы выполнены следующие исследования:

- технико-экономический анализ деятельности предприятия;
- анализ внутренней и внешней среды предприятия;
- анализ направлений дизайнерской деятельности на предприятии;
- разработан проект фирменного стиля для предприятия;
- изучено документационное обеспечение внешнеэкономической деятельности;
- рассмотрено применение экономико-математических методов и моделей;
- изучена охрана труда и охрана окружающей среды на предприятии.

Элементами новизны полученных результатов является разработанный фирменный стиль.

В ходе дипломной работы были разработаны предложения по изменению фирменного стиля и применению на предприятии, для повышения имиджа и конкурентоспособности предприятия, а также стимулирования роста объемов производства и реализации.

Результатами внедрения явились разработка логотипа, фирменных бланков и конвертов, визиток, часов, а также рекламной продукции: ручки, кружки, бейджи, флажки.

ность проект.

щ)
ни деятельн
эффективн

етка
ителя о
нении

Камоцкая Е

Камоцкая Е

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шевченко, Д.А. Реклама. Маркетинг. РВ: Учебно-справочное пособие / Д.А. Шевченко. - М. : РГГУ, 2014. – 390 с.
2. Тувагова, В.Е. Фирменный стиль предприятий индустрии питания / В.Е. Тувагова. - СПб. : Питер, 2013. – 77 с.
3. Голубкова, Е.Н. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / Е.Н. Голубкова. - М. : Финпресс, 2003. - 190 с.
4. Ромат, Е.В. Реклама / Е.В Ромат. - СПб. : Питер, 2001. – 181 с.
5. Рожков, И.Я. Брендинг: Учеб. для бакалавров. Серия «Бакалавр. Углубленный курс» / И.Я. Рожков. - М.: Юрайт, 2013. – 85 с.
6. Синяева, И.М. Маркетинг / И.М. Синяева. - М. : ИНФРА-М, 2014. – 168 с.
7. Домнин, В.Н. Брендинг: новые технологии в России / В.Н. Домнин. - СПб. : Питер, 2004. – 155 с.
8. Чармэссон, Г. Торговая марка: Как создать имя, которое принесет миллионы / Г. Чармэссон. - СПб. : Питер, 1999. – 18 с.
9. Линдстром, М. Чувство бренда: Воздействие на пять органов чувств для создания выдающихся брендов / М. Линдстром. - М. : Эксмо, 2008. – 35 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 364 с.
11. Джефкинс Ф. Реклама: Учебное пособие для вузов / Ф. Джефкинс. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 357 с.
12. Интернет-блог Turbologo [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://turbologo.ru/blog/>.
13. Интернет-портал Advance [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: <http://internet-advance.ru/osnovy-reklamy/firmennyj-stil-kak-element-integrirovannyh-reklamnyh-kommunikatsij-ponyatie-osobennosti-osnovnye-elementy-i-nositeli/>.
14. 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 [и др.]. – Минск : Издательство «ФУАинформ», 2019. – 110 с.
15. Бариленко, В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности / В. Бариленко. – М. : Инфра-М, 2014. – 464 с.
16. Мельник, М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова. – М. : Инфра – М, 2014. – 192 с.
17. Волков, О.И. Экономика предприятия: Учебник, 2-е издание, переработанное и дополненное / О.И. Волков. - М. : Ифра - М., 2007. – 520 с.
18. Горин, М.А. Технология розничной продажи товаров и обслуживание покупателей: Учебное пособие / М.А. Горин. - М.: "Люкс-арт", 2007. – 412 с.
19. Фарбей, Э. Эффективная рекламная кампания / Э. Фарбей. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2008. - 240 с.

20. Щепилов, К.В. Медиаисследования и медиапланирование / К.В. Щепилов. - М. : РИП-Холдинг, 2005. - 302 с.
21. Хопкинс, К. М. Реклама. Научный подход / К. М. Хопкинс. - М. : Альфа-пресс, 2007. – 96 с.
22. Песоцкий, Е.А. Реклама: учебно-практическое пособие / Е.А. Песоцкий М. : Издательский Дом Дашков и Ко, 2007. - 367 с.
23. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. - М. : СПб.; К.; Издательский дом «Вильямс», 2007. - 646 с.
24. Официальный сайт ЗАО «Вольна» [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://volna.by/>.
25. Официальный сайт ОАО «Белэлектроремналадка» [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.bern.by/>.
26. Официальный сайт ОАО «Электроремонтный завод» [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.elremzavod.lpy.by/> - Дата доступа: 28.02.2020.
27. Официальный сайт ОАО «Техноэнергоремонт» [Электронный ресурс] – Электронные данные. Режим доступа: <http://terminsk.by/>.
28. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология / Е.П. Голубков. - М.: Финпресс, 2003. - 496с.
29. Нагапетьянц, Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебное пособие / Н.А. Нагапетьянц – М.: Вузовский учебник, 2007. – 272 с.
30. Боровкова В.А. Управление рисками в торговле / В.А. Боровкова. - СПб. : Питер, 2008. - 201с.