

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой

А. В. Авдиенок
А.В. Авдиенок
«08» июня 2020 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

«Совершенствование организационно-экономического механизма
управления брендом на основе digital-коммуникаций (на примере ООО
«Эксперт Продакшн»)»

Специальность 1-27 03 01 «Управление инновационными проектами
промышленных предприятий»

Обучающийся
группы 10507115

Ю. В. Островская
(подпись, дата)

Ю.В. Островская

Руководитель

С. И. Пупликов
(подпись, дата)

С.И. Пупликов,
канд.экон.наук, доцент

Консультанты:

по организационно-
экономическим вопросам
по организации
внешнеэкономической
деятельности

С. И. Пупликов
(подпись, дата)

С.И. Пупликов,
канд.экон.наук, доцент

по конструкторско-
технологическим вопросам
по применению экономико-
математических методов и ЭВМ
по охране труда

А. И. Сорокина
(подпись, дата)

А.И. Сорокина,
канд.пед.наук, доцент

А. А. Заболотец
(подпись, дата)

А.А. Заболотец

В. В. Кожар
(подпись, дата)

В.В. Кожар

А. А. Снарский
(подпись, дата)

А.А. Снарский

Ответственный за нормоконтроль

Т. К. Савко
(подпись, дата)

Т.К. Савко

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 177 страниц

графическая часть – 15 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2020

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Березин, И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению / И. С. Березин. – Москва : Юрайт, 2012. –383 с.
2. Вайнерчук, Г.В. Информационный удар. Как сделать, чтобы в шумном медиам мире услышали именно тебя / Г.В. Вайнерчук. – Санкт-Петербург : Питер, 2015. –239 с.
3. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в интернете. Социальные сети, блоги. Twitter и другие инструменты продвижения в сети / Л. Вебер. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2010. –315 с.
4. Верин, Ф. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов / Ф. Верин. –Москва : Эксмо, 2010. – 160 с.
5. Гавриков, А. В. Эффективный сайт: алгоритм успеха / А.В. Гавриков // Интернет-маркетинг. – 2013. – №1. – С. 18–29.
6. Давыдов, В. В. Пошаговое руководство по созданию стратегии Интернет-маркетинга в сфере b-2-b / В.В. Давыдов // Интернет-маркетинг. – 2013. – №2. – С. 66–80.
7. Данченко, Л. А. Понятие и значение комплексного Интернет-маркетинга в деятельности предприятий / Л.А. Данченко, Т.В. Дейнекин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 1. – С. 109–118.
8. Джеффри, М. Маркетинг, основанный на данных. 15 показателей, которые должен знать каждый / М. Джеффри. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. –384 с.
9. Джугенхаймер, Д. Основы рекламного дела/ Д. Джугенхаймер, Г. Уайт – Самара: Корпорация «Федоров», 1996. –480 с.
10. Огилви, Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. –Москва : Манн, 2012. –240 с.
11. Крюкова, Е.В. 100+ практических хаков для интернет-маркетологов / Е.В. Крюкова – Москва : Текстерра, 2019. – 303 с.
12. Загребельный, Г.Р. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г.Р. Загребельный, М.В. Боровик, Т.В. Меркулович. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. –270 с.
13. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа : <http://www.ashmanov.com/marketing>. – Дата доступа : 20.04.2020.
14. Особенности интернет-маркетинга в России [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа : <http://earchive.tpu.ru/handle/11683/31506>. – Дата доступа : 29.04.2020.
15. Капустина, Л. М. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети: монография / Л. М. Капустина, И. Д. Мосунов. – Екатеринбург : Урал. гос. экон. ун-т, 2015. –102 с.
16. ARTOX media [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа : <http://www.artox-media.by>. – Дата доступа : 05.04.2020.
17. Кейплз, Д. Проверенные Методы Рекламы / Д. Кейплз – Москва : Карьера Пресс, 2012. –400 с.

18. Кожушко, О.А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев. – Новосибирск : Интелсиб, 2015. – 327 с.
19. Научная библиотека КиберЛенинка – [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-steykholderov-vformirovanii-regionalnoy-logisticheskoy-infrastruktury#ixzz3eDFOs3UX>. – Дата доступа : 08.05.2020.
20. Фалько, С.Г. Почему в арсенале менеджеров сегодня нет принципиально новых методов и инструментов? / С.Г. Фалько // Инновации в менеджменте. – 2015. – №3. – С. 2-3
21. Фалько, С.Г. Стратегическое управление и контроллинг в некоммерческих и общественных организациях: современное состояние и перспективы / С.Г. Фалько // Контроллинг. – 2011. – №5. – С. 3-6.
22. Фалько, С.Г. Трансформация инструментов организации и управления предприятием в современных условиях / С.Г. Фалько // Инновации в менеджменте. – 2014. – №1. – С. 16-21.
23. Зарелла, Д. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта / Д. Заррела – Москва : Диалектика, 2014. – 192 с.
24. Бланшар, К. Одноминутный менеджер. Самые практичные техники менеджмента / К. Бланшар – Москва : Попурри, – 2012. – 213 с.
25. Зуб А.Т. Принятие управленческих решений. Теория и практика / А.Т. Зуб – Москва : Инфра-М, 2010. – 182.
26. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации / А.Я. Кибанов. И.Р. Дуракова. – Москва : Экзамен, 2005. – 414 с.
27. Травин, В. В. Мотивационный менеджмент / В.В. Травин, М.И. Магура, Н.В. Курбатова. – Москва : Дело, 2007. – 256 с.
28. Маляренко, А.Д. Конструкторско-технологическое обеспечение производства: Метод. пособие по дипломному проектированию для студентов экономических специальностей / А. Д. Маляренко – Минск: ВУЗ-ЮНИТИ, 2004. – 119 с.
29. Лазаренков, А.М. Охрана труда/ А. М. Лазаренков – Минск: БНТУ, 2004 – 497 с.