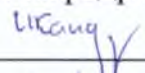


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, доцент

 И.Н. Кандричина
«04»  06 2026 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ
РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

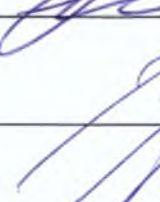
Специализация: 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-административный)

Студент-дипломник, гр. 10801222  М.В. Сидоров

Руководитель, доцент  Н.В. Зайцева

Консультант, доцент  Н.В. Зайцева

Консультант по технологической
части, доцент  О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель  Е.О. Шнип

Объем работы:

дипломная работа – 95 страниц;

графическая часть – 10 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2026

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 97 страниц, 11 рисунков и схем, 32 таблицы,
40 использованных источников

РЕКЛАМА, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ТОВАРООБОРОТ, РОЗНИЧНЫЙ ТОВАРООБОРОТ, АССОРТИМЕНТ

Цель дипломной работы – обоснование направлений и разработка мероприятий совершенствования управления рекламной деятельностью организации розничной торговли на примере ЗАО «Доброном».

Объект дипломного исследования – ЗАО «Доброном», осуществляющее розничную торговлю на территории Республики Беларусь.

Задачи дипломного исследования:

1. Исследовать сущность рекламы и рекламной деятельности организации, рассмотреть их виды, задачи, объекты и функции, а также выявить существующие тенденции и проблемы развития рекламной деятельности в Республике Беларусь;

2. Провести анализ рекламной деятельности, включающий анализ затрат на рекламу, оценку эффективности рекламной кампании предприятия ЗАО «Доброном»;

3. Определить основные направления и обосновать мероприятия по совершенствованию управления рекламной деятельностью;

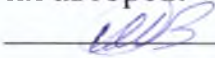
4. Разработать технологию реализации предлагаемой программы.

Методы исследования: анализ теоретической литературы; обобщение; классификация; изучение документов базового предприятия; статистический анализ; метод средних и относительных величин; экономико-математические методы.

Содержание дипломной работы: теоретические основы управления рекламной деятельностью, включая современное состояние в Республике Беларусь; оценка хозяйственной и рекламной деятельности базового предприятия; пути и программа совершенствования рекламной деятельности базового предприятия; технологии реализации предлагаемой программы.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов дипломной работы – ЗАО «Доброном» и другие организации розничной торговли Республики Беларусь.

Достоверность. Автор подтверждает, что приведенный расчетный материал правильно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.


(автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О рекламе: Закон Респ. Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-3: в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2017 г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — URL: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10700225> (дата обращения: 09.06.2026).
2. Божук, С. Г. Маркетинг: учебник для вузов / С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик, Т. Д. Маслова. — 5-е изд. — СПб.: Питер, 2023. — 448 с.
3. Володько, В. Ф. Дипломная работа по специальности «Менеджмент» (по направлениям) : метод. пособие / В. Ф. Володько. — Мн.: каф. «Менеджмент», 2020. — 65 с.
4. Гаврикова, В. Ю. Соотношение понятий «реклама» и «рекламная деятельность» / В. Ю. Гаврикова // Аллея Науки : науч.-практ. электрон. журн. — 2022. — № 5 (21). — С. 818–821.
5. Голуб, О. В. Рекламная деятельность: учеб. пособие / О. В. Голуб, М. С. Куракин. — Кемерово: Кемер. технол. ин-т пищевой пром-сти, 2022. — 117 с.
6. Гордейчук, Д. В. Актуальные тенденции трансформации рекламного рынка в Республике Беларусь / Д. В. Гордейчук // Экономический бюллетень Науч.-исслед. экон. ин-та М-ва экономики Респ. Беларусь. — 2024. — № 11. — С. 46–51.
7. Зайцева, Н. В. Исторические особенности формирования трудовых ресурсов / Н. В. Зайцева, И. Н. Кандричина // Труды БГТУ. Сер. 6, История, философия. — 2024. — № 1 (281). — С. 71–74.
8. Зайцева, Н. В. История формирования социально-трудовых отношений в контексте многонациональной трудовой среды / Н. В. Зайцева, И. Н. Кандричина // Труды БГТУ. Сер. 6, История, философия. — 2025. — № 2 (299). — С. 59–62.
9. Звонкович, Я. Д. Интернет-реклама и ее развитие в Беларуси / Я. Д. Звонкович // Беларусь в современном мире : материалы XVIII Междунар. науч. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых : в 2 ч., Гомель, 16 мая 2025 г. — Гомель : Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого, 2025. — С. 167–170.
10. Землянская, Е. А. Анализ понятия «рекламная деятельность» / Е. А. Землянская // Вестник Сиб. гос. аэрокосм. ун-та им. акад. М. Ф. Решетнева. — 2022. — № 3. — С. 180–182.
11. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сандерс. — М. : Вильямс, 2021. — 752 с.
12. Калиева, О. М. К вопросу о рекламе и рекламно-информационном пространстве / О. М. Калиева, М. И. Дергунова // Проблемы современной эконо-

- мики: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2015 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2022. – С. 81–84.
13. Крайнов, Г. Н. Проектирование рекламной кампании: учеб. пособие / Г. Н. Крайнов. – М.: МГУПС (МИИТ), 2023. – 181 с.
 14. Макаров, В. П. Состояние потребительского рынка на современном этапе развития / В. П. Макаров // Новые парадигмы развития маркетинга в условиях трансформации современной экономики: сб. науч. ст. Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 60-летию основания ун-та, Гомель, 03 окт. 2024 г. – Гомель: Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооперации, 2024. – С. 31–34.
 15. Макович, Г. В. Проектирование рекламной кампании: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по специальностям 080200 – «Менеджмент»; 031600 – «Реклама и связи с общественностью» / Г. В. Макович. – М.: Акад. Естествознания, 2024. – 75 с.
 16. Мищенко, Л. В. Состояние и тенденции развития рынка рекламы в Республике Беларусь / Л. В. Мищенко, С. Н. Мицкевич // Молодежь для науки и кооперации: разработки и перспективы : сб. науч. ст. IV Междунар. форума молодых ученых, Гомель – Милоград, 13–15 мая 2022 г. / Белкоопсоюз, Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооперации ; под науч. ред. Н. А. Снытковой. – Гомель, 2022. – С. 239–243.
 17. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: ок. 100 000 слов, терминов и фразеол. выражений / С. И. Ожегов; под ред. проф. Л. И. Скворцова. – М.: Мир и Образование: Оникс, 2022. – 1376 с.
 18. Олейникова, О. Д. Реклама как феномен неомифологического сознания / О. Д. Олейникова // Философия образования. – 2023. – № 2. – С. 201–205.
 19. Оришев, А. Б. Реклама: определение понятия, экономическая роль и ее особенности в России / А. Б. Оришев // Бизнес и дизайн ревю. – 2022. – № 4 (4). – С. 5.
 20. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шакурин. – М.: Дашков и ко, 2023. – 538 с.
 21. Рекламная деятельность: учебник для студентов высш. учеб. заведений / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина, В. Г. Шакурин. – М. : Дашков и К°, 2024. – 364 с.
 22. Панченко, Е. В. Современная реклама: её виды и методы. Особенности её использования в Республике Беларусь / Е. В. Панченко, А. С. Сеницына, А. А. Савосина // Материалы докладов 57-й Междунар. науч.-техн. конф. преподавателей и студентов : в 2 т., Витебск, 18–19 апр. 2024 г. – Витебск : ВГТУ, 2024. – С. 245–247.
 23. Пономарева, А. М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности: учеб.-метод. пособие / А. М. Пономарева. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2022. – 192 с.

24. Рожков, И. Реклама. Планка для «профи» / И. Рожков. – М.: Юрайт, 2022. – 208 с.
25. Ручкин, А. В. Реклама как фактор продвижения продукции предприятия / А. В. Ручкин, Т. И. Кружкова, С. И. Батракова [и др.] // Право и управление. – 2023. – № 7. – С. 110–114.
26. Ускова, Т. А. Маркетинговое проектирование рекламной компании / Т. А. Ускова // Молодой ученый. – 2022. – № 20. – С. 446–448.
27. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Вернет, С. Мориарти. – СПб. : Питер, 2021. – 736 с.
28. Скидки в магазине Доброном [сайт] / ЗАО «Доброном». – URL: <https://edadeal.by/vitebsk/retailers/dobronom-1> (дата обращения: 09.06.2026).
29. В 2025 году подведены итоги рейтинга брендов в социальных сетях [сайт] / ООО «Артокс Медиа». – URL: https://amdg.by/upload/digital_review.pdf (дата обращения: 09.06.2026).
30. Объем рекламного рынка [сайт] / Ассоц. рекламных орг. – URL: <https://arobelarus.by/market-size/> (дата обращения: 09.06.2026).
31. Рейтинги 2025 [сайт] / АКМА. – URL: <https://association.by/raitings> (дата обращения: 09.06.2026).
32. Рекламный рынок Беларуси 2025–2026: телевидение, аудитория и прогнозы [Сайт]. – URL: <https://www.megapolis-reklama.by/stati/reklamnyj-rynok-belarusi-20252026-televidenie-auditoriya-i-prognozy.html> (дата обращения: 09.06.2026).
33. Рекламный рынок Беларуси в 2025 году [сайт] / Постмаркетинг. – URL: https://pstmrk.ru/article/2025/12/20/reklamnyj_rynok_belarusi_v_2025_godu_vyr_os_primerno_na_15_i_dostig_oborota_okolo_270 mln_belorusskix (дата обращения: 09.06.2026).
34. Рекламный рынок Беларуси в 2025 году: объем, структура и основные тренды [сайт]. – URL: <https://www.megapolis-reklama.by/stati/reklamnyj-rynok-belarusi-v-2025-godu-obyom-struktura-i-klyuchevye-trendy.html> (дата обращения: 09.06.2026).
35. Реклама: понятие, сущность. Цель, задачи, функции рекламы. Классификация видов, средств и форм рекламной деятельности [сайт] / Advance – продвижение бизнеса. – URL: <http://internet-advance.ru/osnovy-reklamy/reklama-ponyatie-sushhnost-tsel-zadachi-funktsii-reklamy/> (дата обращения: 09.06.2026).
36. Рынок интернет-рекламы в Беларуси. Будущее [сайт]. – URL: <https://vbiznese.by/biznes/budushhee-internet-reklamy-v-belarusi-prognozy-na-2025-god/> (дата обращения: 09.06.2026).
37. Сайт ЗАО «Доброном» [сайт]. – URL: <http://www.dobronom.by> (дата обращения: 09.06.2026).
38. Теория и практика рекламной деятельности [сайт] / журн. «Рекламода-

тель: теория и практика». – URL: <https://adindustry.ru/publications/1194> (дата обращения: 09.06.2026).

39. Учтите новые правила рекламы с 12 июля 2024 года [сайт] / журн. «Главный бухгалтер». – URL: <https://www.gb.by/aktual/uctite-novye-pravila-reklamy-s-12-iyulya> (дата обращения: 09.06.2026).

40. Яндекс, TikTok, Google или Meta: кто выигрывал в борьбе за бюджеты белорусских рекламодателей в 2025 году? [сайт] / журн. «Рекламодатель: теория и практика». – URL: <https://amdг.by/blog/yandeks-tiktok-google-ili-meta-kto-vyigryval-v-borbe-za-byudzhety-belorusskikh-reklamodateley-v-2025/> (дата обращения: 09.06.2026).