

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра менеджмента и экономики социальной сферы

ПОЛЕЩУК

Алина Александровна

**УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ООО «СУШИ ВЕСЛА» И ПУТИ ЕЕ
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

Аннотация к дипломной к работе

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Л.В. Воробьева

Допущена к защите

« ____ » _____ 2018 г.

Зав. кафедрой менеджмента и экономики социальной сферы,
кандидат экономических наук, доцент Н.В. Манцурова

Минск, 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 64 с., 13 рис., 22 табл., 44 источников, 2 прил.

РЕКЛАМА, РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ,
РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объект исследования – ООО «Суши Весла».

Предмет исследования – управление рекламно-информационной деятельностью ООО «Суши весла».

Цель исследования: на основе анализа управления рекламно-информационной деятельности ООО «Суши Весла» внести предложения по ее совершенствованию.

Методы исследования: сравнение и обобщение, системный анализ, анализ динамических рядов, абсолютных и относительных величин.

Исследования и разработки: изучены теоретические аспекты анализа рекламы, рекламно-информационной деятельности, проанализированы экономические показатели рекламно-информационной деятельности ООО «Суши весла», рассчитан экономический эффект от их внедрения.

Технико-экономическая, социальная и (или) экологическая значимость: создание печатного меню, разработка мобильной версии сайта ООО «Суши Весла», проведение мероприятий по участию в выставке, разработке рекламного каталога, будет способствовать увеличению экономических показателей организации.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

ABSTRACT

Thesis: 64 p., 13 Fig., 22 table., 44 sources, 2 ADJ.

ADVERTISING, PROMOTIONAL ACTIVITIES, ADVERTISING STRATEGY, MARKETING, EFFICIENCY

Object of research – LLC «Sushi Vesla».

Subject-matter of research is management of promotional and informational activity of LLC «Sushi Vesla».

Research objective: on the basis of the analysis of management of promotional and informational activity of LLC «Sushi Vesla» to make offers on her improvement.

Research methods: comparison and generalization, system analysis, analysis of dynamic series, absolute and relative values.

Research and development: theoretical aspects of the analysis of advertizing, promotional and informational activity are studied, economic indicators of promotional and informational activity of LLC «Sushi Vesla» are analysed, economic effect of their introduction is calculated.

Technical and economic, social and (or) ecological importance: creation of the printing menu, development of mobile version of the website of LLC «Sushi Vesla», holding actions for participation in an exhibition, development of the advertizing catalog, will promote increase in economic indicators of the organization.

The author of work confirms that the settlement and analytical material given in her correctly and objectively reflects a condition of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical provisions and concepts borrowed from literary and other sources are followed by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2016. – 352 с.
2. Анализ маркетинговых мероприятий ООО «СУШИ ВЕСЛА» в период с 2015 по 2017 гг.
3. Андросов, Н. Интернет-маркетинг на 100% / Н. Андросов. – СПб.: Питер, 2012. – 240 с.
4. Антипов, К. В. Основы рекламы: учеб. пособие / К. В. Антипов. – М.: Дашков и К, 2016. – 328 с.
5. Барабаш, В. В. Мировой рынок онлайн – рекламы / В. В. Барабаш // Вестник российского университета дружбы народов. – 2015 – № 1. – 35 с.
6. Басовский, Л. Е. Маркетинг: Курс лекций / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 219 с.
7. Басовский, Л. Е. Маркетинг: учеб. пособие по направлению «Менеджмент» / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – М: Инфра-М, 2014. – 420 с.
8. Белоусова, С. Н. Маркетинг: учеб. пособие по специальностям экономики и управления / С. Н. Белоусова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 381 с.
9. Божук, С. Г. Маркетинг: учеб. пособие для вузов / С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик, Т. Д. Маслова, Н. К. Розова, Т. Р. Тэор. – СПб.: 2012. – 448 с.
10. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. – Минск: БГТУ, 2012. – 306 с.
11. Бухгалтерский баланс ООО «СУШИ ВЕСЛА» за 2015 год
12. Бухгалтерский баланс ООО «СУШИ ВЕСЛА» за 2016 год
13. Бухгалтерский баланс ООО «СУШИ ВЕСЛА» за 2017 год
14. Бюджет ООО «СУШИ ВЕСЛА» на проведение маркетинговых мероприятий 2015-2017гг.
15. Васильев, Г. А. Основы рекламы: учеб. пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. – 407 с.
16. Васильев, Г. А. Рекламный маркетинг: учеб. пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 276 с.
17. Видищева, Е. В. Теоретические аспекты разработки рекламной компании современного предприятия / Е. В. Видищева // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – Минск, 2015. – №2(46). – С. 9–18.
18. Головачев, А. С. Экономика предприятия / А. С. Головачев. – Минск: МИУ, 2007. – 410 с.

19. Дмитриева, А. О. Этапы разработки рекламной кампании / А. О. Дмитриева, Н. Г. Белокопытова // Студенческая наука XXI века : материалы XI Междунар. студенч. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 1 нояб. 2016 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – № 4 (11). – С. 179–183.

20. Дурович, А. П. Маркетинговые коммуникации: курс интенсивной подготовки: учеб. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Гришко. – Минск: Современная школа, 2010. – 222с.

21. Зорина, Т. Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие для студентов / Т. Г. Зорина, М. А. Слонимская. – Минск: Белорусский государственный экономический университет, 2014. – 410 с.

22. Коллективный договор ООО «Суши Весла».

23. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. – Изд.5-е. – М.: Вильямс, 2016. – 752 с.

24. Кузнецов, А. В. Общие требования к рекламе в российском праве // Северо – Кавказский юридический вестник. – 2016. – № 2 – С. 74-79.

25. Кузнецова, Л. В. Основы маркетинга: учеб. пособие / Л. В. Кузнецова, Ю. Ю. Черкасова. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2014. – С. 29.

26. Масленников, Р. 101 совет по PR / Р. Масленников. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 68 с.

27. Методы оценки эффективности рекламной деятельности предприятия [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека онлайн. – Режим доступа: http://studbooks.net/881665/marketing/metodyotsenki_effektivnosti_reklamnoy_deyatelnosti_predpriyatiya. – Дата доступа 10.03.2018.

28. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS: учеб. пособие / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 198 с.

29. Нестеров, А. К. Показатели трудовых ресурсов предприятия [Электронный ресурс] / А. К. Нестеров // Образовательная энциклопедия ODiplom.ru. – Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/pokazateli-trudovyh-resurovov-predpriyatiya.html> - Дата доступа: 13.05.2018.

30. О рекламе: Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007 г., №225-3, в ред. Закона Респ. Беларусь от 28.12.2009 г. №95-3 // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектор». – Минск, 2013 – Дата доступа 07.04.2018.

31. Особенности деятельности рекламного агентства и агентства по связям с общественностью в системе маркетинга / [Электронный ресурс] // Лекция. – Режим доступа: <https://lektsia.com/3x5b10.html> – Дата доступа 03.03.2018.

32. Отчет о прибылях и убытках ООО «СУШИ ВЕСЛА» за 2015 год

33. Отчет о прибылях и убытках ООО «СУШИ ВЕСЛА» за 2016 год

34. Отчет о прибылях и убытках ООО «СУШИ ВЕСЛА» за 2017 год
35. Отчет по кадровому делопроизводству ООО «СУШИ ВЕСЛА» в период с 2015 по 2017 гг.
36. Полный соцпакет — это на самом деле не то, о чем вы думаете! [Электронный ресурс] // Информационное агентство Interfax.by. – Режим доступа: <https://www.interfax.by/article/1140405>. – Дата доступа: 01.05.2018.
37. Рабочая тетрадь для ознакомления сотрудников со стандартами компании ООО «СУШИ ВЕСЛА».
38. Синяева, И. М. Маркетинг: учеб. пособие для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / И. М. Синяева. – М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2014. 383 с.
39. Синяева, И. М. Маркетинг в коммерции: учеб. пособие для студентов / И. М. Синяева, С. В. Земляк. – М.: Дашков и К°, 2014. – 543 с.
40. Смета затрат на разработку и печать меню компании ООО «Бренч-Дизайн».
41. Халилов, Дамир Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 240 с.
42. Хибинг, Р. Маркетинг; пер. с англ. / Р. Хибинг, С. Купер. – М.: Эксмо, 2014. – 846 с.
43. Цахаев, Р. К. Маркетинг: учеб. пособие для экономических вузов / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – М.: Дашков и К°, 2009. – 548 с.
44. Эффективная реклама в разных странах [Электронный ресурс] // Интернет – портал webtrafff.ru – Режим доступа: <http://webtrafff.ru/kak-menyuetsya-reklama-v-raznyx-stranax.html>. – Дата доступа: 13.04.2016.