

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

ГОРЕЛОВ

Дмитрий Александрович

**УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА
ПРЕДПРИЯТИИ(НА ПРИМЕРЕ ООО «НАНОПЕКТИН»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат педагогических наук,
доцент, Л. В. Белецкая

Допущена к защите

«__»_____2016 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 63 с., 9 таб., 10 рис., 45 источников, 2 приложения.

Ключевые слова: РЕКЛАМА, ВИДЫ РЕКЛАМЫ, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Объект исследования – рекламная деятельность предприятия ООО «Нанопектин».

Цель работы – выявление сущности управления рекламной деятельностью предприятия, анализ проводимых рекламных мероприятий, а также разработка рекомендаций по дальнейшему совершенствованию управления рекламной деятельностью предприятия, на примере торгово-производственной компании ООО «Нанопектин».

В процессе работы были раскрыты основные теоретические аспекты рекламной деятельности, представлена общая характеристика ООО «Нанопектин», проанализирована система управления рекламной деятельностью ООО «Нанопектин», сформулированы предложения по дальнейшему совершенствованию управления рекламной деятельностью предприятия.

Областью возможного практического применения являются предложения по совершенствованию деятельности компании: расширение ассортимента продукции, проведение рекламных мероприятий для новой продукции, расширение методов рекламной деятельности.

Элементом научной новизны полученных результатов является развитие рекламной деятельности в сети Интернет, создание рекламной идеи и стратегии в особенностях производственной ниши предприятия.

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

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 63 с, 9 таб., 10 мал., 45 крыніц, 2 дадатка.

Ключавыя словы: РЭКЛЯМА, ВІДЫ РЭКЛАМЫ, рэкламнай дзейнасці, АНАЛІЗ рэкламнай дзейнасці, эфектыўныя рэкламныя ДЗЕЙНАСЦІ.

Аб'ект даследавання – рэкламнай дзейнасць прадпрыемства ООО «Нанопектін».

Мэта работы – выяўленне сутнасці кіравання рэкламнай дзейнасцю прадпрыемства, аналіз праводзяцца рэкламных мераў прадпрыемстваў, а таксама распрацоўка рэкамендацый па далейшым удасканаленні кіравання рэкламнай дзейнасцю прадпрыемства на прыкладзе таргова-вытворчага ТАА «Нанопектін».

У працэсе работы былі раскрыты асноўныя тэарэтычныя аспекты рэкламнай дзейнасці, прадстаўлена агульная характарыстыка ТАА «Нанопектін», прааналізавана сістэма кіравання рэкламнай дзейнасцю ТАА «Нанопектін», сфармуляваны прапановы па далейшым удасканаленні кіравання рэкламнай дзейнасцю прадпрыемства.

Вобласцю магчымага практычнага прымянення з'яўляюцца прапановы па ўдасканаленні дзейнасці кампаніі: пашырэнне асартыменту прадукцыі, правядзенне рэкламных мераў прадпрыемстваў для новай прадукцыі, пашырэнне метадаў рэкламнай дзейнасці.

Элементам навуковай навізны атрыманыя вынікі ўз'яўляецца развіццё рэкламнай дзейнасці ў сеткі Інтэрнэт, стварэнне рэкламнай ідэі і стратэгіі ў асабліва сцяжываючых ініцыятыў прадпрыемства.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй аналітычны і разліковы матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследавання, а ўсе запазычаныя з літаратуры і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ESSAY

Graduation Work: 63 p., 9 tables, 10 figures, 45 sources, 2 applications.

Keywords: advertising, advertising, promotional activities, analysis of advertising activity, efficiency of advertising activity.

Object of research – promotional activities of LLC «Nanopektin».

Purpose – to identify the essence of management of advertising companies, the analysis carried out promotional activities, as well as offer recommendations for improving the activity of the enterprise.

In the process, it has been disclosed the basic theoretical aspects of advertising, promotional activities. A general characteristic of «Nanopektin», analyzed the advertising activities of the company, the analysis of financial and economic indicators, as well as performed an analysis of the strengths and weaknesses of the company – SWOT-analysis.

The scope of possible practical applications include proposals for improving the activity of the company: extension of the range of products, promotional activities for new products, the expansion of methods of advertising.

Elements of scientific novelty of the obtained results is the development of promotional activities on the Internet, creation of advertising ideas and strategies in the characteristics of industrial enterprise niche.

Author of that work confirms that the resulted in his analytical and billing material correctly and objectively reflects the state of the test question and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological principles and concepts are accompanied by references to their authors.