

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра управления недвижимостью

ДУБЕЛЕВИЧ
Татьяна Станиславовна

УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ СООО «МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕСИСТЕМЫ»)

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат физ.-мат. наук,
доцент В.П. Киреенко

Допущена к защите

«___» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 62 с., 21 рис., 14 табл., 41 источник, 2 приложения

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, СТИМУЛИРОВАНИЕ, ЭФФЕКТ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, КРУПНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ ОБЪЕКТЫ, SWOT-АНАЛИЗ

Объект исследования – рекламная деятельность СООО «Мобильные ТелеСистемы».

Цель работы – изучение рекламной деятельности СООО «Мобильные ТелеСистемы» и разработка предложений по повышению ее эффективности.

В процессе работы рассмотрена роль и значение рекламной деятельности в функционировании организации; изучены особенности рекламной деятельности СООО «МТС» и выявлены ее недостатки; произведен выбор стратегии рекламной деятельности на основе SWOT-анализа; разработаны предложения по повышению эффективности рекламной деятельности СООО «МТС».

Областью возможного практического применения являются рекомендации по повышению эффективности рекламной деятельности различных организаций.

Элементы научной новизны заключаются в использовании в рамках предложенной стратегии рекламной деятельности абсолютно новых и наиболее современных инструментов рекламы.

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 автора.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 62 с., 21 мал., 14 табл., 41 крыніца, 2 дадатка

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГ, РЭКЛАМА, СТЫМУЛЯВАННЕ, ЭФЕКТ, ЭКАНАМІЧНАЯ ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, БУЙНЫЯ РЭКЛАМНЫЯ АБ'ЕКТЫ, SWOT-АНАЛІЗ

Аб'ект даследавання – рэкламная дзейнасць СТАА «Мабільныя Тэлесістэмы».

Мэта работы – вывучэнне рэкламнай дзейнасці СТАА «Мабільныя Тэлесістэмы» і распрацоўка прапановы па падвышэнні яе эфектыўнасці.

Падчас працы разгледжана роля і значэнне рэкламнай дзейнасці ў функцыянаванні арганізацыі; вывучаны асаблівасці рэкламнай дзейнасці СТАА «МТС» і выяўлены яе нястачы; выраблены выбар стратэгіі рэкламнай дзейнасці на грунце SWOT-аналізу; распрацаваны прапановы па падвышэнні эфектыўнасці рэкламнай дзейнасці СТАА «МТС».

Вобласцю магчымага практычнага ўжывання з'яўляюцца рэкамендацыі па падвышэнні эфектыўнасці рэкламнай дзейнасці розных арганізацый.

Элементы навуковай навізны складаюцца ў выкарыстанні ў рамках прапанаванай стратэгіі рэкламнай дзейнасці абсалютна новых і найболей сучасных прылад рэкламы.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Diploma work: 62 p., 21 fig., 14 tab., 41 sources, 2 appendices

Key words: MARKETING, ADVERTISING, STIMULATION, EFFECT, ECONOMIC EFFICIENCY, MAJOR ADVERTISING OBJECTS, SWOT-ANALYSIS

The object of research is the advertising activity of JLLC «Mobile TeleSistemy».

The purpose of the work is to study the advertising activities of JLLC «Mobile TeleSistemy» and develop proposals to improve its effectiveness.

In the process of work, the role and importance of advertising activities in the functioning of the organization is considered; the peculiarities of the advertising activity of JLLC «MTS» were studied and its shortcomings were revealed; the choice of strategy of advertising activity is made on the basis of SWOT-analysis; developed proposals to increase the effectiveness of advertising activities of JLLC «MTS».

The area of possible practical application are recommendations for increasing the effectiveness of advertising activities of various organizations.

Elements of scientific novelty consist in using within the framework of the proposed advertising strategy absolutely new and most modern advertising tools.

The author of the paper confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all theoretical, methodological and methodological provisions borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

ВВЕДЕНИЕ

Реклама является мощным инструментом в создании общественного мнения, действенным рычагом развития производства и продаж. Поэтому на современном этапе ей уделяется большое значение. Реклама прошла этап развития от сугубо информационного представления о каком-либо продукте, до мощного рычага управления сознанием населения.

Сегодня реклама претерпевает значительные изменения. В современном мире большую роль в процессах коммуникации играют информационные технологии и сетевые ресурсы: значительно чаще люди стали общаться посредством телефонов, компьютеров (в блогах, социальных сетях, чатах и форумах). Сильно меняющаяся внешняя среда обуславливает необходимость корректировки предприятиями своей рекламной деятельности.

Рекламная деятельность – деятельность организации по выполнению работ по проектированию, производству рекламы и (или) оказанию услуг по ее размещению (распространению). Организация рекламной деятельности, исследование и анализ результатов её эффективности способствует быстрой бесперебойной реализации услуг. При этом ускоряется возврат оборотных денежных средств предприятий, устанавливаются деловые контакты производителей с покупателями и потребителями продукции, что всё в совокупности является объективной основой расширения производства и повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Формирующийся в Республике Беларусь рынок товаров и услуг всё настойчивее требует привлечения рекламы. Имея значительное влияние на общество реклама становится одним из основных средств стимулирования сбыта, а эффективность производства продукции и оказания услуг попадает в прямую зависимость от эффективности проводимых организациями рекламных кампаний. Существование такого рода зависимости и обусловило актуальность выбранной темы дипломной работы.

Целью дипломной работы является изучение рекламной деятельности ООО «Мобильные ТелеСистемы» и разработка предложений по повышению ее эффективности.

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть роль и значение рекламной деятельности в функционировании организации;
- изучить особенности рекламной деятельности ООО «МТС»;

– разработать предложения по повышению эффективности рекламной деятельности СООО «МТС».

Объектом исследования является рекламная деятельность СООО «Мобильные ТелеСистемы».

Предметом исследования являются отношения, складывающиеся в ходе осуществления рекламной деятельности СООО «Мобильные ТелеСистемы».

Структура работы строилась в соответствии с поставленной целью и состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

При написании работы были использованы научная и учебно-методическая литература, статьи на сайтах, в электронных периодических изданиях Республики Беларусь и Российской Федерации, нормативно-законодательные акты Республики Беларусь. Среди учебников и учебных пособий, посвященных изучению рекламной деятельности и ее анализу, наиболее подробно изучены: «Реклама и рекламная деятельность» Аксеновой К.А., «Рекламная деятельность: учебник для ВУЗов» Панкратова Ф.Г., «Управление рекламной деятельностью: учебное пособие» Карпеко О.И., «Маркетинговые коммуникации: курс лекций» Щербич Г.А.

В дипломной работе использованы статистические данные СООО «МТС», сайт предприятия, фактические данные эффективности рекламной деятельности.