

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

МАКСИМОВА
Елена Олеговна

**ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И
НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Ю.В. Чайковская

Допущена к защите
«__» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга
кандидат экономических наук, доцент
_____ Н.В. Черченко

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 54 с., 7 табл., 8 рис., 60 источников, 1 приложение.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ИНСТРУМЕНТЫ,
АНАЛИЗ, СТРАТЕГИЯ

Объект исследования – рекламная деятельность предприятия.

Предмет исследования – рекламная деятельность ЧТУП «Технодруг»

Цель дипломной работы: анализ рекламной деятельности предприятия, определение основных направлений совершенствования рекламной деятельности ЧТУП «Технодруг» и оценка их эффективности.

Методы исследования: анализ, обобщение, сравнение, аналогия, сравнительный анализ.

Исследования и разработки: изучены теоретические аспекты рекламной деятельности; рассмотрена специфика и основные составляющие рекламной деятельности; рассмотрены методы оценки эффективности рекламы; проанализирована рекламная деятельность ЧТУП «Технодруг»; разработаны направления совершенствования рекламной деятельности компании.

Элементы научной новизны: предложены направления совершенствования с учетом современных методов рекламы.

Область возможного практического применения: ЧТУП «Технодруг» и другие аналогичные предприятия.

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

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 54 с., 7 табл., 8 мал., 60 крыніцы, 1 дадатак.

МАРКЕТЫНГ, РЭКЛАМА, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, ІНСТРУМЕНТЫ,
АНАЛІЗ, СТРАТЭГІЯ

Аб'ект даследавання - рэкламная дзейнасць прадпрыемства.

Прадмет даследавання – рэкламная дзейнасць ПГУП «Технодруг».

Мэта дыпломнай работы: аналіз рэкламнай дзейнасці прадпрыемства, вызначэнне асноўных напрамкаў удасканалення рэкламнай дзейнасці ПГУП «Технодруг» і ацэнка іх эфектыўнасці.

Метады даследавання: аналіз, абагульненне, параўнанне, аналогія, параўнальны аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучаны тэарэтычныя аспекты рэкламнай дзейнасці; разгледжана спецыфіка і асноўныя складнікі рэкламнай дзейнасці; разгледжаны метады ацэнкі эфектыўнасці рэкламы; прааналізавана рэкламная дзейнасць ПГУП «Технодруг»; распрацаваны напрамкі ўдасканалення рэкламнай дзейнасці кампаніі.

Элементы навуковай навізны: прапанаваны напрамкі ўдасканалення з улікам сучасных метадаў рэкламы.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: ПГУП «Технодруг» і іншыя аналагічныя прадпрыемствы.

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

PAPER

The degree work: 54 pages, 7 tab., 8 fig., 60 source, 1 attachment.

MARKETING, ADVERTISING, EFFICIENCY, TOOLS, THE ANALYSIS, STRATEGY

Object of research – advertising.

Subject of research – promotional activities of Tehnodrug company.

Thesis purpose: advertising analysis, definition of the basic directions of perfection advertising activities on the example Tehnodrug company and assessment of their effectiveness.

Research methods: analysis, generalizations, comparisons, analogies, comparative analysis.

Researches and development: theoretical aspects advertising are studied; the specifics and main components of advertising are considered; methods for evaluating the effectiveness of advertising are examined; Technodrug company advertising is analyzed; directions for improving the company's advertising activity have been developed.

Elements of scientific novelty: proposed areas for improvement based on modern advertising methods.

Area of possible practical application: Technodrug company and other similar enterprises.

The author of the paper confirms that the calculation and analytical material contained therein objectively reflects the state of the process under investigation, and all theoretical and methodological positions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрютинa, М. С. Экономика предприятия : Учебник / М. С. Абрютинa. – М. : Издательство «Дело и сервис», 2009. – 76 с.
2. Алексеева, М. М. Планирование маркетинговой деятельности фирмы / М. М. Алексеева. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 318 с.
3. Байков, В. Д. Интернет : Поиск информации и продвижение сайтов / В. Д. Байков. – Санкт-Петербург : «БХВ-Санкт-Петербург», 2015. – 288 с.
4. Белов, А. Интернет-маркетинг / А. Белов. – Ростов н/Д. : Феникс, 2013. – 174 с.
5. Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR : учебное пособие / Б. Л. Борисов. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2009. – 223 с.
6. Бортник, Е. М. Интернет-маркетинг в системе продвижения : учебно-методическое пособие / Е. М. Бортник, Э. М. Коротков, А. Ю. Никитаева. – М. : ФБК-ПРЕСС, 2009. – 465 с.
7. Бушуева, Л. И. Роль Интернет-услуг в практической маркетинговой деятельности // Л. И. Бушуева. Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 4. – С. 123.
8. Акулич, М. В. Маркетинг : Учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – М. : ИТК Дашков и К, 2016. – 352 с.
9. Абаев, А. Л., Алексунин, В. А. Международный маркетинг. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Л. Алексунин, В. А. Абаев. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 362 с.
10. Бакланова, Е. М. Эволюция инструментов и методов маркетинговой коммуникации в сети интернет // Е. М. Бакланова. Вопросы современной науки и практики. Университет им. В. И. Вернадского. – 2013. – № 2. – С. 48.
11. Викентьев, И. Л. Приемы рекламы и PublicRelations / И. Л. Викентьев. – СПб. : ТОО «ТРИЗ-ШАНС» : Изд. дом «Бизнес-Пресса», 2009. – 238 с.
12. Вирин, Ф. Ю. Маркетинг полный сборник практических инструментов / Ф. Ю. Вирин. – М. : Эксмо, 2016. – 160 с.
13. Внуков, А. А. Реклама и способы продвижения на рынке / А. А. Внуков // Актуальные направления научных исследования XXI века : теория и практика, 2015. – Т. 3. – № 3. – С. 404–408.
14. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика 2-е изд., пер. и доп. учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 570 с.

15. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Учебник для бакалавров / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 556 с.
16. Еграшин, А. В. Интернет-маркетинг : мифическое существо, пожирающее реальные средства / А. В. Еграшин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 3. – С. 76–80.
17. Кеглер, Т., Доулинг П. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кетлер. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 335 с.
18. Котлер, Ф. Основы маркетинга : учебное пособие / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 2013. – 583 с.
19. Курманов, Н. В. Комплексное онлайн-продвижение – путь к лидерству на рынке / Н. В. Курманов // Интернет-маркетинг. – 2013. – № 4. – С. 248–259.
20. Лысенко, Д. В. Конкурентный анализ маркетинговой деятельности : Учебник / Д. В. Лысенко. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 334 с.
21. Маркетинг в инновационной экономике / Н. В. Черченко [и др.] ; под общ. ред. Н. В. Черченко, С. П. Мармашовой ; ГИУСТ БГУ, Каф. маркетинга. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2017. – 188 с.
22. Маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учеб.-метод. комплекс для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг». Ч. 1 / Н. В. Черченко [и др.] ; под общ. ред. Н. В. Черченко / ГИУСТ БГУ, Каф. маркетинга. – Минск : БГУ, 2016. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) : ил. ; 12 см. – (Депонированные документы / М-во образования РБ, БГУ).
23. Маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учеб.-метод. комплекс для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг». Ч. 2 / Н. В. Черченко, В. С. Голик, С. П. Мармашова, В. И. Русович, А. Н. Саевец, Т. Ф. Цеханович ; под общ. ред. Н. В. Черченко / ГИУСТ БГУ, Каф. маркетинга. – Минск : БГУ, 2016. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) : ил. ; 12 см. – (Депонированные документы / М-во образования Республики Беларусь, БГУ).
24. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг». Ч. 3 / Н. С. Медведева, С. П. Мармашова ; [под ред. Н. С. Медведевой] / ГИУСТ БГУ, Каф. маркетинга. – Минск : БГУ, 2016. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) : ил. ; 12 см. – (Депонированные документы / М-во образования Республики Беларусь, БГУ).
25. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг». Ч. 4 / С. П. Мармашова / ГИУСТ БГУ, Каф. маркетинга. – Минск : БГУ, 2016. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) : ил. ; 12 см. – (Депонированные документы / М-во образования Республики Беларусь, БГУ).
26. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учеб.

пособие / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 198 с.

27. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга : Учебное пособие, 8-е изд. / Ю. В. Морозов. – М. : Дашков и К, 2016. – 148 с.

28. Москаев, А. В. Меняем интернет-маркетинг на Интернет плюс маркетинг / А. В. Москаев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2013. – № 5. – С. 384–389.

29. О коммерческой тайне [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь от 5 января 2013 г. № 16-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

30. Об информации, информатизации и защите информации : Закон Респ. Беларусь от 10 ноября 2008 г. № 455-3 (в ред. от 11 мая 2016 г. № 362-3) // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

31. О регистре населения : Закон Республики Беларусь от 21.07.2008 № 418-3 (ред. от 4 января 2015 г. № 233-3) // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

32. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции : Закон Респ. Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 94-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

33. Об естественных монополиях : Закон Респ. Беларусь от 16 декабря 2002 г. № 162-3 (в ред. от 9 января 2018 г. № 91-3) // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

34. О техническом нормировании и стандартизации : Закон Респ. Беларусь от 5 января 2004 г. № 262-3 (в ред. от 24 октября 2016 г. № 436-3) // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

35. О защите прав потребителей : Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-3 (в ред. от 29 октября 2015 г. № 313-3) // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

36. О рекламе : Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-3 (в ред. от 11 мая 2016 г. № 362-3) // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

37. Об информации, информатизации и защите информации : Закон Респ. Беларусь от 10 ноября 2008 г. № 455-3 (в ред. от 11 мая 2016 г. № 362-3) //

ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

38. О ценообразовании : Закон Респ. Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 (в ред. от 11 июля 2014 г. № 192-3) // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

39. Петрикова, Е. М. Система продвижения на предприятии / Е. М. Петрикова // Экономический анализ. – 2014. – № 3. – С. 16–28.

40. Синяева, И. М. Маркетинг в малом бизнесе / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – М. : Дашков, 2011. – 143 с.

41. Сухарев, О. С. Функциональный интернет-маркетинг / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 432 с.

42. Тулупова, В. В. Теория и практика рекламы / В. В. Тулупова. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2014. – 343 с.

43. Тюриков, А. Г., Шляпин Д. Е. Интернет-реклама. Учебное пособие / А. Г. Тюриков. – М. : Дашков и К, 2017. – 208 с.

44. Ширенбек, Х. Р. Экономика предприятия: учеб. для вузов / Х. Р. Ширенбек. – СПб. : Питер, 2012. – 115 с.

45. Шкардун, В. Д. Методика исследования конкуренции на рынке / В. Д. Шкардун // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 2. – С. 44–54.

46. Успенский, И. В. Интернет-маркетинг: учебник для вузов. / И. В. Успенский. – СПб. : Изд-во СПГУЭиФ, 2009. – 56 с.

47. Шурчкова, Ю. В. Веб-сайт компании как маркетинговый коммуникативный инструмент / Ю. В. Шурчкова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – № 1. – С. 66–72.

48. Шумаков, Н. В. Современная интернет-реклама: тенденции развития и эффективность / Н. В. Шумаков // Молодой ученый. – 2016. – № 2. – С. 639–644.

49. Ходяков, В. В., Федосеев С. В. Интернет как средство массовой коммуникации / В. В. Ходяков // Фундаментальные исследования. – 2009. – № 11. – С. 68–70.

50. Храбан, Г. С. Знание рыночного продукта как показатель профессионализма маркетолога / Г. С. Храбан // Актуальные вопросы современной науки и практики : матер. междунар. науч.-практ. конфер. профессорско-преподавательского состава и аспирантов. – Белгород, 4-8 апреля 2016 г.: В 3 ч. / Белгородский университет кооперации, экономики и права. – 2016. – Ч. 2 – С. 188–195.

51. Храбан, Г. С. Использование информационных экспертных систем для повышения эффективности маркетинговых решений. Развитие информатизации и государственной системы научно-технической

информации (РИНТИ-2016) : доклады XV Международной конференции, г. Минск, 17 ноября 2016. – ОИПИ НАН Беларуси, 2016. – С. 194–199.

52. Христосенко, М. С. Интернет-маркетинг: корпоративный сайт как эффективный инструмент продаж / М. С. Христосенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 2. – С. 124–132.

53. Ягодкина, М. В., Иванова А. П., Сластушинская М. М. Реклама в коммуникационном процессе / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластушинская. – СПб. : Питер, 2014. – 304 с.

54. Медиарынок Беларуси по итогам 2018 года. Крупнейшие рекламодатели и портрет пользователя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// http://marketing.by](https://http://marketing.by). – Дата доступа: 17.04.2019.

55. 220V – Встраиваемая техника: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://220.by>. — Дата доступа: 17.04.2019.

56. 220V – Техника в Минске: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://220v.by>. — Дата доступа: 16.04.2019.

57. Onliner.by – Баннерная реклама: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://onliner.by>. — Дата доступа: 17.04.2019.

58. Deal.by – Баннерная реклама: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://deal.by>. — Дата доступа: 17.04.2019.

59. Tut.by – Баннерная реклама: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tut.by>. — Дата доступа: 17.04.2019.

60. Yandex.by – Баннерная реклама: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://yandex.by>. — Дата доступа: 17.04.2019.