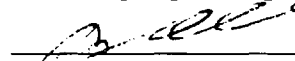


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет технологий управления и гуманитаризации  
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

  
В.Ф. Володько  
«24» июня 2022 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В  
УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

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

Направление специальности: 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-  
административный)

Специализация: 1-26 02-02-02 -01 Социальный менеджмент

Студент-дипломник гр. 30801218



В. Д. Готальский

Руководитель, ст. преподаватель



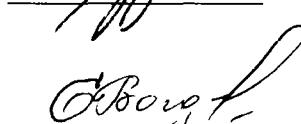
И. В. Унукович

Консультант, ст. преподаватель



И. В. Унукович

Консультант по технологической  
части, доцент



Е. Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль,  
преподаватель



А. К. Петрашкевич

Объем работы:

дипломная работа – 99 страниц;

графическая часть – 10 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2022

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 99 страниц, 9 рисунков, 42 таблицы, 40 использованных источников, 1 приложение

### МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СБЫТ, МЕНЕДЖМЕНТ, УПРАВЛЕНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ЦЕПИ ПОСТАВОК

**Объект** исследования – конкурентоспособность ИТУП «Филуэт».

**Предмет** исследования – оценка конкурентоспособности ИТУП «Филуэт».

**Цель** дипломного проекта – на основе проведенного анализа рыночной позиции и конкурентоспособности ИТУП «Филуэт» предложить пути повышения конкурентоспособности предприятия.

**Задачи** дипломного исследования:

1. Изучить теоретические аспекты анализа и управления конкурентоспособностью;
2. Проанализировать рыночную позицию и конкурентоспособность ИТУП «Филуэт»;
3. Разработать направления повышения конкурентоспособности ИТУП «Филуэт»;
4. Разработать технологию реализации предлагаемой Программы.

В процессе работы изучены теоретические аспекты анализа и управления конкурентоспособностью предприятия; проанализирована рыночная позиция и конкурентоспособность ИТУП «Филуэт»; разработаны направления повышения конкурентоспособности ИТУП «Филуэт».

Элементом **практической значимости** полученных результатов является разработанный проект повышения конкурентоспособности ИТУП «Филуэт».

**Областью** возможного практического применения является деятельность предприятий в Республике Беларусь.

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

(подпись автора)



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2022. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 25.05.2022.
2. Алексеев, А.А. Методические подходы к оценке, прогнозированию и планированию конкурентоспособности продукции. – Минск, 2014. – 20 с.
3. Андросик, Ю. Н. Теоретико–методологические основы формирования кластеров и повышения конкурентоспособности продукции / Ю. Н. Андросик // Экономика и управление. – 2012. – № 3. – С. 87-92.
4. Антонов Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособие / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин. – М.: Инфра–М, 2012. – 299 с.
5. Архипова, О. Я. Повышение эффективности сравнительных исследований с помощью использования количественно–качественного метода семантического дифференциала / О. Я. Архипова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://referent.mubint.rU/8/3235>. – Дата доступа: 20.05.2022.
6. Байнев, В. Ф. Конкуренция – тормоз для инноваций? / Валерий Байнев // Беларуская думка. – 2014. – № 9. – С. 59-65.
7. Барышев, А.Ф., Маркетинг – М.: АСАДЕМА, 2012. – 436 с.
8. Бабошин, А. В. Конкурентные позиции субъектов предпринимательства в современной теории конкуренции / А. В. Бабошин // Современная конкуренция. – 2014. – № 2. – С. 23-27.
9. Барабаш, В. В. Реклама и маркетинг / В. В. Барабаш, В. Л. Музыкант – М.: ПАИМС, 2013. – 298 с.
10. Басовский, Л. Е. Маркетинг: курс лекций / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА–М, 2014. – 219 с.
11. Берзин, И. Маркетинговый анализ / И. Берзин. – М.: КНОРУС, 2015. – 480 с.
12. Васильев, Г. А. Рекламный маркетинг: учеб. пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА–М, 2013. – 276 с.
13. Виханский, О. С. Стратегическое управление: учебник / О. С. Виханский. – М.: Изд–во МГУ, 2014 – 512 с.
14. Войцеховская, И. А. Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности / И. А. Войцеховская // Проблемы современной экономики. – 2011. – №1
15. Вышегородский, Д. В. Анализ конкурентоспособности деятельности предприятия / Д. В. Вышегородский // Экономический рост: проблемы, законо-

- мерности. перспективы: Сб. III Международной НПК. – 2019. – С. 129-132.
16. Габидова, М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М. Ш. Габидова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). – М.: Буки–Веди, 2015. – С. 85-87.
  17. Глубокий, С. В. Маркетинг / С. В. Глубокий. – Минск: Тонпик, 2014. – 188 с.
  18. Голубков, Е. П. Основы маркетинга: учебник / Е. П. Голубков. – М.: Инфра–М, 2013. – 656 с.
  19. Данько, Т. П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: учебник / Т. П. Данько, М. П. Голубев. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 416 с.
  20. Диксон, П. Управление маркетингом / П. Диксон. – М.: ЗАО «Изд–во БИНОМ», 2015. – 520 с.
  21. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учеб. пособие / Л. А. Дробышева. – М.: Дашков и К, 2016. – 152 с.
  22. Евсин, К. С. Анализ конкурентоспособности фирмы на рынке на основе SWOT–анализа / К. С. Евсин // Современные проблемы и перспективы развития регионов: Сб. НПК. – 2017. – С. 143–145.
  23. Жданова, Е. С. Анализ современных методов определения конкурентоспособности предприятий / Е. С. Жданова // Журнал экономических реформ. – 2018. – № 1. – С. 44–49.
  24. Казушиц, А. А. Основы маркетинга: учеб. пособие / А. А. Казушиц. – Минск: Беларусь, 2013. – 246 с.
  25. Коньков, А. Диагностика сильных и слабых сторон компании // Промышленный маркетинг. – 2013. – № 5. – с. 28–31.
  26. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. – 5–е европейское изд. – М.: Вильямс, 2015. – 752 с.
  27. Кузнецова, Л. В. Основы маркетинга: учеб. пособие / Л. В. Кузнецова, Ю. Ю. Черкасова. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА–М, 2013. – 139 с.
  28. Купцова, К. В. Методы анализа конкурентоспособности организации / К. В. Купцова // Инновационные исследования: проблемы внедрения результатов и направления развития: Сб. Международной НПК. – 2019. – С. 78–80.
  29. Маркетинг: учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – М.: Инфра–М, 2013. – 335 с.
  30. Меркулов, И. С. Анализ подходов к определению понятия «конкурентоспособность предприятия» / И. С. Меркулов // Факторы успеха. – 2017. – № 2. – С. 57–60.
  31. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга: учеб. пособие / Ю. В. Морозов. – М.:

Дашков и К. 2016. – 148 с.

32. Музыкант, В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / В. Л. Музыкант. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 216 с.
33. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов / М. Портер – М: Альпина Паблишер, 2015. – 208 с.
34. Рожков, И. В. Информационные системы и технологии в маркетинге / И.В. Рожков. – М.: Русайнс, 2014. – 196 с.
35. Рубин, Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. Монография / Ю.Б. Рубин. – М.: Маркет ДС, 2016. – 3-е изд. – 458 с.
36. Савчук Г. А., Управление маркетингом на предприятии, учеб. пособие / Г. А. Савчук, Ю. В. Мокерова. – М, 2014. – 220 с.
37. Сысоева, Е. Типология конкурентных стратегий предприятия / Е. Сысоева // Предпринимательство. – 2014. – № 2. – С. 85–91.
38. Тарелко, В. В. Обоснование коммуникационной и экономической эффективности мероприятий брэндинга / В. В. Тарелко // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2012. – № 2. – С. 4–7.
39. Тарелко, В. В. Расчет экономической эффективности маркетинговой политики предприятия / В. В. Тарелко// Маркетинг, реклама и сбыт. – 2012. – № 3. – С. 59–62.
40. Тимошина, О. С. Экономический анализ конкурентоспособности организации / О. С. Тимошина // Студент. Аспирант. Исследователь. – 2017. – № 12. – С. 57–66.