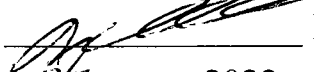


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет технологий управления и гуманитаризации  
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько  
«02» июня 2022 г.


ДИПЛОМНАЯ РАБОТА  
«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ  
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «БИАРТРАС»))»

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

Специализация: 1-26 02 02-03 Менеджмент (производственный)

Студент–дипломник, гр. 10801218  И.В. Кричко

Руководитель, ст. преподаватель  Н.Г. Аснович

Консультант, ст. преподаватель  Н.Г. Аснович

Консультант по технологической  
части, к.п.н., доцент  О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,  
преподаватель  М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 102 страницы;

графическая часть – 8 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2022

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 102 стр., 20 рисунков и схем, 19 таблиц,  
20 использованных источников

### МАРКЕТИНГ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, РЕЗЕРВЫ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ

Цель дипломной работы – оценка и выявление резервов для совершенствования маркетинговой деятельности в управлении предприятием.

Объект исследования – предприятие, работающее в сфере грузоперевозок и аренды помещений.

Предмет исследования – маркетинговая деятельность в управлении предприятием и пути её совершенствования.

Методы исследования: анализ теоретической литературы; обобщение; классификация; изучение документов исследуемого предприятия; метод сравнения; метод абсолютных и относительных величин.

Задачи дипломного исследования:

1. Изучить теоретические основы маркетинговой деятельности в управлении предприятием.
2. Выполнить анализ основных экономических показателей и анализ маркетинговой деятельности.
3. Разработать пути совершенствования маркетинговой деятельности для исследуемого предприятия.

Научная новизна состоит в разработке путей совершенствования маркетинговой деятельности. Проведение данного мероприятия позволит улучшить эффективность маркетинговой деятельности и, следовательно, получить экономическую выгоду. Область возможного практического применения результатов – предприятия по грузоперевозки.

Приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись автора)

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации: учебник / Е. С. Григорян. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 294 с.
2. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 406 с.
3. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 292 с.
4. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации: учебник для вузов / А. П. Егоршин. – 2-е изд., доп. и перераб. – Нижний Новгород: НИЭМ, 2020. – 302 с.
5. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 474 с.
6. Ильенкова, С.Д. Экономика и статистика предприятия: Учебное пособие. – М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2014. – 72 с.
7. Исаева, П.Г., Мамаева, Д.С. Стимулирование и мотивация к труду / П.Г. Исаева, Д.С. Мамаева. – 2014. – № 2. – С. 572-577.
8. Клочкова, Е.Н. Экономика предприятия / Е.Н. Клочкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. – М.: Юрайт, 2016. – 448 с.
9. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 170 с.
10. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 315 с.
11. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 408 с.
12. Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие/Т. А.Беркутова. – Ростов н/Д: Феникс, 2015. – 254 с.
13. Замедлина, Е.В. Маркетинг. Курс лекций / Е.В. Замедлина – М.: Научная книга, 2017. 160 с.
14. Галлямова, Л. М. Функционально-стоимостный анализ сбытовой деятельности предприятия / Л. М. Галлямова // Молодой ученый. – 2015. – №9. – С. 563-567.
15. Гусарова, О.М. Моделирование результатов бизнеса в менеджменте организации / О.М. Гусарова // Перспективы развития науки и образования. – Тамбов: Бизнес-Наука-Общество, 2014. – С. 42-43.

16. Короткова, Т.М. Маркетинг инноваций. Учебник и практикум / Т.М. Короткова. – М.: Юрайт, 2017. 274 с.
17. Бухгалтерские балансы ОАО «Биартрас» 2017-2019 годы.
18. Отчет о прибылях и убытках ОДО «Биартрас» за 2017-2019 годы.
19. Устав ОАО «Биартрас».
20. Расчёт стоимости чистых активов ОАО «Биартрас».