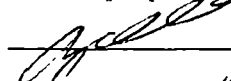


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор


В.Ф. Володько
«20» июня 2022 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ БНТУ)

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

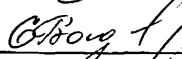
Направление специальности: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студентка-дипломница, гр. 10801118



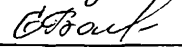
Е.Е. Смирнова

Руководитель, к.и.н., доцент.



Е.Г. Богданович

Консультант, к.и.н., доцент.



Е.Г. Богданович

Консультант по технологической
части, к.п.н., доцент.



О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель



М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 86 страниц;
графическая часть – 8 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

Минск 2022

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 86 стр., 5 рисунков и схем, 13 таблиц,
23 использованных источника

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ, МАРКЕТОЛОГ

Цель дипломной работы – разработать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности в Белорусском национальном техническом университете (БНТУ).

Объектом исследования в данной работе является маркетинговая деятельность в высших учебных заведениях.

Предмет исследования – маркетинговая деятельность в БНТУ.

Данная цель обуславливает необходимость решения следующих задач:

- 1) изучить теоретические основы маркетинговой деятельности в сфере высшего образования;
- 2) провести анализ маркетинговой деятельности БНТУ;
- 3) предложить план оптимизации маркетинговой деятельности в БНТУ;
- 4) обосновать пути реализации предлагаемой программы.

Элементами научной новизны полученных результатов являются разработанные мероприятия по оптимизации маркетинговой деятельности в БНТУ.

Область возможного практического применения результатов исследования – БНТУ и другие учреждения высшего образования.

Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на авторов.



(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Асаул, А. Н. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики / А. Н. Асаул, Б. М. Капаров ; под ред. д.э.н, проф. А. Н. Асаула – СПб.: «Гуманистика», 2017. - 280 с.
2. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов / Г.Ассель. – М.: ИНФРА-М, 2001.
3. Багиев, Г.Л. Оценка эффективности взаимодействия субъектов в рыночных сетях: препринт / Г.Л. Багиев, Е.А. Боброва, В.И. Катенев. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006.
4. Белаш О. Ю. О маркетинговой деятельности в государственном техническом вузе/Маркетинг в России и за рубежом, № 1, 2006.
5. Белоновская, И. Д. Маркетинг в образовании: учеб. для вузов / И. Д. Белоновская, Г. С. Голошумова. – М.: Академия, 2010. – 208 с.
6. Ванькина, И. В. и др. Маркетинг образования : учебное пособие для вузов / И. В. Ванькина, А. П. Егоршин, В. И. Кучеренко. – М. : Университетская книга : Логос, 2007. – 336 с.
7. Володько, В.Ф. Оформление дипломной работы: метод. пособие / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, кафедра «Менеджмент», 2022. – 25 с.
8. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика/ Е. П. Голубков – М.: Финпресс, 2005. – 464 с.
9. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финпресс, 2000. – 496 с.
10. Котлер Ф., Маркетинг Менеджмент/ Ф. Котлер, К. Л. Келлер - СПб.: Питер, 2018. – 848 с.
11. Ламбен, Ж.-Ж, Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумитас, И. Шулинг; пер. с англ.; 2-е изд. / Под ред. В. Б. Колчанова. –СПб.: Питер, 2012. – 324 с.
12. Ляшева, Л. В. Маркетинг образовательных услуг/ Л.В. Ляшева // Образование. – 2019. – № 4. – С. 4-5.
13. Музыкант В. Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями. - М.: Эксмо, 2008. - 832 с.
14. Панкрухин, А. П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании. / А. П. Панкрухин. – М. : Интерпракс, 2005. – 247 с.
15. Первушина Е. Управление по связям с общественностью в вузе // Высшее образование в России. 2008. № 11. - С. 83-89.
16. Шевченко Д.А. Маркетинговые коммуникации образовательных услуг (на

примере РГГУ) // Практический маркетинг. 2001. № 3. С. 9–14.

17. Шемятихина Л.Ю. Маркетинг в образовании: учебнометодический комплекс/ ГОУ ВПО «УрГПУ». – Екатеринбург, 2007. – 80 с.

18. Маркетинговые коммуникации в продвижении вуза [Электронный ресурс] // Education and Science. URL: http://www.rusnauka.com/25_DN_2008/Economics/29193.doc.htm (дата обращения: 15.04.2022).

19. Отдел кадров [Электронный ресурс] / Белорусский Национальный Технический Университет. – URL: <http://www.bntu.by/ok.html> (дата обращения 10.04.2022).

20. Управление по работе с персоналом [Электронный ресурс] / Белорусский Государственный Университет. – URL: <https://bsu.by/structure/units/upravlenie-ro-rabote-s-personalom-d/about> (дата обращения 11.05.2022).

21. Факультет технологий управления и гуманитаризации [Электронный ресурс] / Белорусский Национальный Технический Университет. – URL: <http://www.bntu.by/ftug.html> (дата обращения 20.04.2022).

22. Устав Белорусского Национального Технического Университета.

23. Peter F. Drucker. «Management: Tasks, Responsibilities, Practices». –NY: «Harper & Row», 1973, p. 64–65.