

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЕ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

  
Е.В. Бертош

«03» июня 2023 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

«Совершенствование маркетинговой деятельности ЗАО «МТБанк»

Специальность 1 – 25 01 07 «Экономика и управление на предприятии»  
Специализация 1 – 25 01 07 11 «Экономика и управление на предприятии  
промышленности»

Обучающийся  
группы 10502119

  
(подпись, дата)

Д.С.Савошевич

Руководитель

  
(подпись, дата)

С.А.Кристиневич,  
д.э.н., доцент

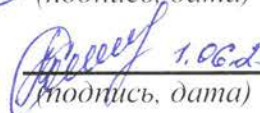
Консультанты:

по организационно-  
экономическим вопросам

  
(подпись, дата)


С.А.Кристиневич,  
д.э.н., доцент

по организации  
внешнеэкономической  
деятельности

  
(подпись, дата)

Л.В.Соловьева  
канд. пед. наук

по конструкторско-  
технологическим вопросам

  
(подпись, дата)

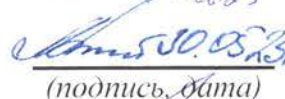
О.В.Дьяченко,  
к.т.н., доцент

по применению экономико-  
математических методов и ЭВМ

  
(подпись, дата)

А.Е. Филиченок

по охране труда

  
(подпись, дата)

М.Л. Калиниченко

Ответственный за нормоконтроль

  
(подпись, дата)

И.В. Устинович,  
канд. экон. наук, доцент

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 174 страниц

графическая часть – 9 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2023

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 174 с., 18 рис., 43 табл., 47 источника, 7 прил.

### АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, РАСЧЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ, АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ, НАУЧНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Цель дипломной работы: разработка практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии банка.

Объект дипломного исследования - ЗАО «МТБанк».

Задачи дипломного исследования: провести анализ хозяйственной деятельности и маркетинговой стратегии ЗАО «МТБанк»: разработать пути оптимизации маркетинговой стратегии ЗАО «МТБанк», произвести расчет экономической эффективности.

Элементом новизны полученных результатов является то, что внедрение предложенных мероприятий даст положительный эффект, повысит уровень прибыли банка, его конкурентоспособность и будет способствовать расширению его рыночной доли.

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого объекта, все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акулич, М.В. Анализ структуры сбыта предприятий в контексте проблемы финансового планирования: учебное пособие / М.В. Акулич – Минск: Высшая школа, 2015. – 319 с.
2. Дайнеко, А.Е. Экономика Беларуси в системе всемирной торговой организации / А.Е. Дайнеко, Г.В. Забавский, М.В. Василевская. – Минск: Ин-т аграр. экономики, 2014. – 323 с.
3. Шевченко, Д.А. Реклама. Маркетинг. PR: учеб. – справ. пособие / Д.А. Шевченко, Л.М. Казак. – Москва.: «РГГУ», 2014. – 639 с.
4. Шкор О.Н. Маркетинговые коммуникации: учеб.-метод. пособие / О.Н. Шкор – Минск: БГУИР, 2018. – 300 с.
5. Выварец А.Д. Экономика предприятия: учебник для студентов вузов / А.Д. Выварец – Минск.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 543 с.
6. Градов, А.П. Организационная структура и функции службы маркетинга предприятия / А.П. Градов, П.К. Мельников. – СПб.: Наука, 2005. – 92 с.
7. Грачев А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия / А.В. Грачев – Минск: Финпресс, 2012. – 206 с.
8. Елисеева Т.П. Экономический анализ хозяйственной деятельности / Т.П. Елисеева – Минск: Современная школа, 2007. – 944 с.
9. Методические рекомендации по выполнению дипломной работы для студентов специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» / А.М. Темичев [и др.]. – Минск: ФУ Аинформ, 2014. – 228 с.
10. Ефремова, С.А. Управление сбытом. Развитие предприятия / С.А. Ефремова, В.Д. Жуковская. – Москва: Альфа-Пресс, 2017. – 250 с.
11. Проект мероприятий выполнения программы маркетинга по формированию системы маркетинговых коммуникаций фирмы, Теоретические аспекты, Сущность маркетинговых коммуникаций, Виды маркетинговых коммуникаций. Формирование системы маркетинговых коммуникаций фирмы [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: [https://studbooks.net/831287/marketineatsiy\\_firmy](https://studbooks.net/831287/marketineatsiy_firmy)
12. Роль маркетинговой коммуникации, её мотивация в условиях рынка. Система маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.finobjects.ru/giws-134-1.html>.
13. Маркетинг. Продвижение товаров: стратегия коммуникации и стимулирования [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-42/119.htm>
14. Беларусь лидирует в СНГ [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://sputnik.by/economy/20181117/1038715181.html>
15. Беларусь к 2020 году увеличит экспорт услуг [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://produkt.by/news/belarus-k-2020-godu-uvelichit-eksport-myasa-na-17>

16. О комплексе маркетинга и его элементах [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: [powerbranding.ru/osnovy-marketinga](http://powerbranding.ru/osnovy-marketinga)
17. Грокшин О. В. Организация и методы исследования спроса и рынков сбыта в современных условиях: научно-аналитич. обзор. / О.В. Грокшин – Минск.: ИНИОН, 2012. – 96 с.
18. Особенности маркетинговых коммуникаций на промышленном предприятии [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа; [https://studbooks.net/.../marketingovye\\_kommunikatsii\\_promyshlen\\_nom\\_marketinge](https://studbooks.net/.../marketingovye_kommunikatsii_promyshlen_nom_marketinge)
19. Официальный сайт предприятия ЗАО «МТБанк» [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://grodnomk.by>
20. Посреднические оптовые структуры [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://scicenter.online/posrednicheskie-optovyye-strukturyi.html>
21. Управление сбытом в комплексе маркетинга [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://5ka.pф/catalog/view/download/30/533>
22. Инструменты маркетинговой коммуникации [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: [https://finances.social/marketing\\_692/642-inntyi-marketingovoy-99862.html](https://finances.social/marketing_692/642-inntyi-marketingovoy-99862.html)
23. Грошкин, О. В. Огилви о рекламе. / О. В. Грошкин — Москва: Изд-во Эксмо, 2016. — 232 с.
24. Понятие, определения и элементные признаки рекламы [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: [https://studme.org/67604/marketing/yatie\\_opredeleniya\\_elementnye\\_priznaki\\_reklamy](https://studme.org/67604/marketing/yatie_opredeleniya_elementnye_priznaki_reklamy)
25. Теоретические аспекты рекламы и PR, рекламная коммуникация [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: [https://studme.org/140498/psihologiya/teoreticheskie\\_aspekty\\_reklamy](https://studme.org/140498/psihologiya/teoreticheskie_aspekty_reklamy) –
26. Комплекс маркетинговых коммуникаций: элементы, их формы и содержание [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: [https://studbooks.net/792219/marketing/kompleks\\_marketingovyh\\_kommunikatsiy\\_elementy\\_formy\\_soderzhanie](https://studbooks.net/792219/marketing/kompleks_marketingovyh_kommunikatsiy_elementy_formy_soderzhanie)
27. Лекции.ком — лекции, конспекты [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://lektsii.com/1-55651.html>
28. Студопедия — Особенности организации, методика проведения маркетинговых исследований и инструменты международного маркетинга [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://studopedia.info/1-25265.html>
29. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>
30. Рычкова, Н.В. Маркетинговые инновации / Н. В. Рычкова – Москва: КиноРус, 2015.- 224 с.

31. Котлер, Ф.А. Маркетинг и менеджмент / Ф.А. Котлер, К.Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2014 г. – 86 с.
32. Вайсман А. Стратегия маркетинга / А. Вайсман – Москва: Экономика, 2013 г. – 123 с.
33. Виды рекламы. Финансовая стратегия. [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.finobjects.ru>
34. Комплекс маркетинга [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://marketopedia.ru>
35. Божук, С. Г. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / С. Г. Божук — СПб: Питер, 2011. — 864 с.
36. Как добиться более прочной приверженности потребителей [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://megaobuchalka.ru/4/20056.html>
37. Украинский деловой информационный каталог. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: [www.jhkjknkj.by](http://www.jhkjknkj.by)
38. Файловый архив для студентов. Модель двуступенчатой коммуникации п. Лазарсфельда. Обзор основных теорий ИМК [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5564516/page:2/>
39. Интегрированное использование инструментов маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://lektsii.org/2-85698.html>
40. Шарков Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе: Учебник / Ф.И. Шарков – М. Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016 - 348 с.
41. Глубокий, С.В. Методические указания и индивидуальные задания для практических занятий по курсу «маркетинг инноваций» для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» / С.В. Глубокий, Н.В. Макаревич. – Минск: Бестпринт, 2016. – 70 с.
42. Глубокий С.В. Операционный маркетинг: Методическое пособие по курсовому и дипломному проектированию для студентов специальности «Маркетинг» и «Бизнес-администрирование» / С.В. Глубокий – Минск: ВУЗ-ЮНИТИ, 2016. – 76 с.
43. Хаймович А.И. Рекомендации по назначению режимов резания и выбору инструментов: методические указания / А.И. Хаймович – Самара: Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2013. – 85 с.
44. Даниленко, Б.Д. Выбор режимов резания (продольное точение, сверление спиральными сверлами, фрезерование концевыми фрезами): Учеб. пособие / Б.Д. Даниленко, Н.Н. Зубков, В.С. Булошникова. – Москва: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2015. — 52 с.
45. Дубовый, В.А. Основы конструирования, технологии и надёжности радиоэлектронных средств: учебное пособие / В.А. Дубовый, К.И. Сухачёв. – Самара: Издательство Самарского университета, 2020. – 184 с.

46. Охрана окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов: учеб. пособие / Т.А. Чеснокова [и др.]. - Иван. гос. хим.-технол. ун-т. Иваново, 2014. – 170 с.
47. Малькевич, Н. Г. Технические основы охраны окружающей среды / Н.Г. Малькевич, Г.И. Морзак. – Минск: БНТУ, 2021. – 161 с.