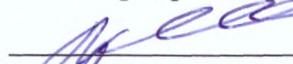


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор


В.Ф. Володько
«15» июня 2023 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**СТРАТЕГИЯ ПРОДАЖИ ЗАРУБЕЖНОЙ
ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА
ПРИМЕРЕ ООО «БАЙКТРЕЙД»**

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

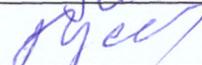
Направление: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент-дипломник, гр. 10801119



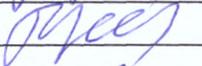
Ф.В.Липницкий

Руководитель, ст. преподаватель



Б.И.Гусаков

Консультант, ст. преподаватель



Б.И.Гусаков

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



О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
ст. преподаватель



М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 105 страниц;

графическая часть – 8 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 106 с., 11 рис., 18 табл., 37 источников, 4 приложения

СБЫТ, СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЫНОК СБЫТА, ДИЛЛЕРСКАЯ СЕТЬ, КАНАЛ СБЫТА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ СБЫТА, МАРКЕТИНГ

Объект исследования: рынок сбыта ООО «Байктрейд».

Предмет исследования – расширение рынка сбыта ООО «Байктрейд».

Цель работы – разработать мероприятия по расширению рынка сбыта продукции ООО «Байктрейд».

Методы исследования: анализ, синтез, индукции, дедукции, описания, графический, табличный.

Исследования и разработки: рассмотрены теоретические основы рынка сбыта продукции на предприятии в условиях рынка; проведен анализ рынка сбыта продукции в ООО «Байктрейд»; разработаны мероприятия по расширению рынка сбыта продукции ООО «Байктрейд».

Элементы научной новизны: разработаны мероприятия по расширению рынка сбыта продукции ООО «Байктрейд».

Область возможного практического применения: ООО «Байктрейд» и аналогичны предприятия.

Автор подтверждает, что приведенный в ней расчетно–аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (разрабатываемого объекта), все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические сопровождаются ссылками.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И.Л. Современный маркетинг / И.Л. Акулич . – Минск: ООО «Минсанта», 2014. – 356с.
2. Алексенко, В.В. Инновационные стратегии компаний как фактор национальной конкурентоспособности / В.В. Алексеенко. – Минск: Научная книга, 2013. – 136 с.
3. Алесин, А. Отгрызли и сверху, и снизу / А.Алесин // Белорусы и рынок. – 25.02.2015. – №8. – С. 5.
4. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учеб. пособие / Г.Л. Багиев . – Минск: Издательство «Экономика», 2013. – 703 с.
5. Байнев, В. Ф. Экономика региона: учеб. пособие для вузов / В. Ф. Байнев . – Минск: ИВЦ Минфина, 2014. – 269 с.
6. Батра, Р. Рекламный менеджмент / Р. Батра. – Минск: Издательский дом «Вильяме», 2013. – 294 с.
7. Борисов, Б. Технология рекламы и ПР / Б. Борисов. – Минск: ФАИР–ПРЕСС, 2014. – 342 с.
8. Браерти, Э. Бизнес–маркетинг: пер. с англ. / Эдвард Браерти. – Минск: Изд. Дом Гребенникова, 2014. – 732 с.
9. Бусыгин, А.В. Предпринимательство: учеб. пособие / А.В. Бусыгин. – Минск: ИНФРА–М, 2013. – 212 с.
10. Быков, В.А. Формирование конкурентоспособности инновационного продукта: концепция, методы обеспечения / В.А. Быков // Промышленная политика в Республике Беларусь. – 2013. – № 9. – С. 3–4.
11. Васильев, Г.А. Основы рекламной деятельности / Г.А. Васильев. – Минск: ЮНИТИ–ДАНА, 2014. – 358 с.
12. Волонцевич, Е.Ф. Конкурентоспособность фирм: Курс лекций / Е.Ф. Волонцевич. – Минск: БГЭУ, 2013. –103 с.
13. Воронов, А. Конкурентоспособность промышленной продукции / А. Воронов // Стандарты и качество. – 2013.– N5. – С. 9–10
14. Герчикова, И.Н. Маркетинг: организационная технология / И.Н. Герчикова. – Минск: МГИМО, 2014. – 356 с.

15. Гилберт, А. Маркетинговые исследования / А. Гилберт. – Минск: Издательство «Питер», 2014. – 752 с.
16. Глухов, В.В. Основы менеджмента / В.В. Глухов. – СПб.: Спец. литература, 2013. – 456с.
17. Говорова, Н. Конкурентоспособность – основной фактор развития современной экономики / Н. Говорова // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – №4. – С. 4–9.
18. Гордон, Я. Целевая конкуренция: пер. с англ. / Ян Гордон. – Минск: Вершина, 2014. – 367 с.
19. Дробышева, Л.А. Маркетинговая оценка конкурентоспособности производственной организации / Л.А. Дробышева // Справочник экономиста. – 2014. – № 5. – С. 2–6.
20. Дилфорт, Д. Производственный и операционный менеджмент / Д. Дилфорт. – Минск: БГЭУ, 2013. – 126 с.
21. Дихтль, Е. Практический маркетинг: учеб. Пособие / Е. Дихтель, Х. Хершген. – Минск: ИНФРА–М, 2014. – 504 с.
22. Ефимова, О.П. Экономика гостиниц и ресторанов: учеб. пособие. / О.П. Ефимова. – Минск: Новое знание, 2013. – 256 с.
23. Завьялов, П.С. Формула успеха: маркетинг (сто вопросов – сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке) / П.С. Завьялов. – Минск: Международные отношения, 2014. – 542 с.
24. Казанцев, А. К. Стратегическое управление на предприятии / А.К. Казанцев. – Минск: Дашков и К, 2013. – 289 с.
25. Катернюк, А.В. Рекламные технологии. Коммерческая реклама / А.В. Катернюк. – Минск: Феникс, 2014. – 138 с.
26. Киреенко, Н.В. Маркетинговые исследования: учебно–методическое пособие / Н.В. Кириенко. – Минск: «ИПД», 2014. – 49с.
27. Киреенко, Н.В. Прикладной маркетинг в вопросах и ответах: учебно–методическая разработка / Н.В. Кириенко. – Минск «ИПД», 2013.– с.35
28. Кониная, Н.Ю. Слияния и поглощения в конкурентной борьбе международных компаний: монография / Н.Ю. Кониная. – Минск: Проспект, 2014. – 152 с.

29. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Экономика, 2014. – 356 с.
30. Интернет–портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] /Курс маркетинга. – Минск 2023. – Режим доступа: <http://www.marketing.al.ru>.
31. Кротков, А.М. Конкурентоспособность организации : подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А.М. Коротков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013 – №6 – С. 9–12.
32. Лобанова, Е. Прогнозирование с учетом экономического роста / Е. Лобанова // Экономические науки. 2014. – № 1– С.12
33. Магомедов, Ш.Ш. Конкурентоспособность товаров: учебное пособие / Ш.Ш. Магомедов. – Минск: Дашков и К, 2014. – 293с.
34. Мазманова, Б.Г. Методические вопросы прогнозирования сбыта / Б.Г. Мазманова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – №1– С.8–13
35. Маркетинг на предприятии / Е.В. Ильюшенко. Научн. ред. А.Н. Тур–Минск: ИП «Экоперспектива», 2014. – 206с.
36. Основы маркетинга. Теория и практика: учеб.пособие / И.И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 381 с.
37. Прокшина, Т. П. Маркетинг: учебное пособие / Т. П. Прошкина. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. – 314 с.