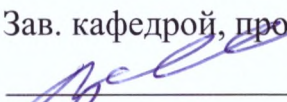







МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:
Зав. кафедрой, профессор
 В.Ф. Володько
«08» июня 2023 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

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

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

Студент-дипломник, гр. 10801119		А.Ю. Пильчук
Руководитель, ст. преподаватель		С.В. Марцева
Консультант, ст. преподаватель		С.В. Марцева
Консультант по технологической части, к.п.н., доцент		О.М. Володько
Ответственный за нормоконтроль, ст. преподаватель		М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 97 страниц;
графическая часть – 8 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

Минск 2023

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 97 стр., 13 рисунков, 22 таблицы, 26 использованных источников.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, КОНКУРЕНТЫ, ПОТРЕБИТЕЛИ, АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ, СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Объект – ОАО «УКХ «Лидсельмаш».

Предмет – маркетинговая деятельность предприятия.

Цель дипломной работы – анализ маркетинговой деятельности предприятия и разработка путей её улучшения, а также анализ сбытовой деятельности организаций, как одной из составляющих маркетинга, с целью повышение её эффективности.

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

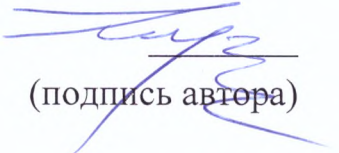
Задачи дипломного исследования:

- 1) изучить теоретические основы эффективности маркетинга;
- 2) выполнить анализ основных экономических показателей и дать оценку эффективности маркетинговой деятельности организации;
- 3) разработать мероприятия по повышению эффективности сбытовой деятельности и эффективности маркетинга организации.

Область возможного практического применения результатов – предприятия по изготовлению сельскохозяйственной техники, в частности ОАО «УКХ «Лидсельмаш».

Проведение предложенных мероприятий позволит улучшить эффективность сбытовой деятельности организации и, следовательно, получить экономическую выгоду.

Приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования.



(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич М.В. Методы анализа структуры сбыта предприятия // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2002. – № 2. – С. 47–58.
2. Багиев Г.Л. Маркетинг: учеб. для вузов. 3-е изд. / Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2014. – 318с.
3. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: учеб. для вузов. / Под общ. ред. Г.Л. Багиева. - М.: Экономика, 2013. – 703 с.
4. Березин И.С. Маркетинг сегодня. - М.: Менеджер, 2011. - 126 с.
5. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение / Игорь Станиславович Березин. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Вершина, 2012. –480 с.
6. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом. - М.: Экономика, - 2-е изд., 2004. - 271 с.
7. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управление маркетингом: учеб. пособие. / Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. - М.: Экономистъ – 271 с. 2005.
8. Володько, В. Ф. Организация производства и управление предприятием : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Управление инновационными проектами промышленных предприятий", "Экономика и управление на предприятии", "Экономика", "Маркетинг", "Менеджмент (по направлениям)", "Логистика", "Энергоэффективные технологии и энергетический менеджмент" / В. Ф. Володько ; Белорусский национальный технический университет, Кафедра "Менеджмент". – Минск : БНТУ, 2017. – 493 с. : ил., табл., схемы.
9. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учеб. / Е.П.Голубков. - М.: Финпресс, 2010. – 656 с. 9.
10. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. / Е.П.Голубков. – М.: Финпресс, 2012.
11. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии / П. Дойль; под ред. Ю.Н. Капуровского . – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2011.
12. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учеб. пособие.- М.: ИНФРА-М, 2012. - 496 с. 12.Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / перев. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2010.
13. Перерва П. Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга. Практический маркетинг. - М.: НПО "Рим", 2002. - Вып. 6.
14. Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. – М.: Эксмо , 2012. – 432 с. 24.

15. Синяева И. М. Маркетинг в малом бизнесе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг» / И.М. 63 Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
16. Шандезон Ж., Лансестр А. Методы продажи: Пер. с фр. / Общ. ред. В. С. Загашвили. - М.: Прогресс-Универс, 1993. - 185 с.
17. Анализ рынка сбыта товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vvs-info.ru/helpful_information/poleznaya-informatsiya/analiz-rynka-sbyta-tovarov/.
18. Анализ хозяйственной деятельности: методические указания по выполнению курсовой работы для студентов специальности 1-26 02 02 "Менеджмент" / Белорусский национальный технический университет, Кафедра "Менеджмент" ; сост. С. В. Марцева [Электронный ресурс]. – Минск : БНТУ, 2017. – Режим доступа: <https://rep.bntu.by/handle/data/31826>.
19. Записки маркетолога [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_v/vidy_marketing_a/.
20. Концепция маркетинг – микс (4Р, 5Р, 7Р) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/osnovy-marketinga/4p-5p-7p-model/>.
21. Маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary/marketing>.
22. Организация труда и заработной платы : учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-26 02 02 "Менеджмент" (по направлениям), дневной и заочной формы обучения Электронный учебный материал / Белорусский национальный технический университет, Кафедра "Менеджмент" ; сост. Г. Д. Веренич. [Электронный ресурс]. – Минск : БНТУ, 2020.
23. Официальный сайт Лидея [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lidea.by/radiators/category/5>.
24. Официальный сайт Лидсельмаш [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lidselmash.by/>.
25. Федечко, Я. А. Производственно-сбытовая деятельность организации и пути её совершенствования / Я. А. Федечко // Информационные системы и технологии : материалы 51-й научной конференции аспирантов, магистрантов и студентов, Минск, 18 апреля 2015 г. / Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники. [Электронный ресурс] – Минск, 2015. – С. 14–15. – Режим доступа: <https://libeldoc.bsuir.by/handle/123456789/10091>.
26. Что такое B2C, B2B продажи + еще 7 моделей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gruzdevv.ru/stati/chto-takoe-b2s-b2b-prodazhi>.