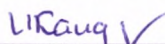


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет технологий управления и гуманитаризации  
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, доцент



И.Н. Кандричина

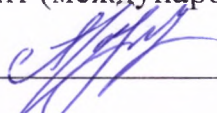
« 14 » июля 2024 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ  
ОРГАНИЗАЦИИ  
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «СБЕР БАНК»)**

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

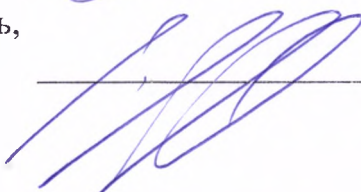
Специализация: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент-дипломник, гр. 10801120  А.С. Гребень

Руководитель, кандидат  
экономических наук, доцент  А.В. Ковалев

Консультант, кандидат  
экономических наук, доцент  А.В. Ковалев

Консультант по технологической  
части, доцент  О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,  
преподаватель  Е.О. Шниг

Объем работы:

дипломная работа – 98 страниц;

графическая часть – 8 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2024

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 98 стр., 6 рисунков и схем, 19 таблиц,  
39 использованных источника

### ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ОРГАНИЗАЦИИ

*Цель* дипломной работы – установление путей и разработка практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности.

*Объект* дипломного исследования – ОАО «Сбер Банк».

*Задачи* дипломного исследования:

1. Исследовать сущность, факторы влияния и способы разработки стратегии управления маркетингом в банковской сфере.
2. Провести анализ хозяйственной деятельности и состояния маркетинговой деятельности на ОАО «Сбер Банк».
3. Разработать мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности на ОАО «Сбер банк», и произвести расчет их экономической эффективности.
4. Разработать технологию реализации предполагаемых мероприятий.

При написании дипломной работы использовались материалы государственных органов, периодическая печать, а также пособия и учебники по менеджменту персонала, экономике и стратегическому планированию.

Элементом новизны полученных результатов является улучшение системы организации маркетинга, улучшение методов управления маркетингом.

Автор подтверждает, что 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. Акулич, И. Л. Маркетинг / И. Л. Акулич. – М: Выш. шк., 2009. – 511 с.
2. Амблер, Т. Маркетинг и финансовый результат / Т. Амблер. Пер. с англ. – М. : Финансы и статистика. 2013. – 248 с.
3. Армстронг, Г. Введение в маркетинг / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – 8-е изд. Пер. с англ. – М. : ООО Издательский дом «Вильямс», 2010. – 832 с.
4. Ассель, Г. Маркетинг: принципы и стратегия / Г. Ассель. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 804 с.
5. Багиев, Г. Л. Маркетинг / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. – 4-е изд. – СПб. : Питер, 2015. – 736 с.
6. Басовский, Л. Е. Маркетинг: курс лекций / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 219 с.
7. Беляев, В. И. Маркетинг: основы теории и практики / В.И. Беляев. – М. : КНОРУС, 2010. – 672 с.
8. Березин, И. С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение / И. С. Березин. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Вершина, 2010. – 480 с.
9. Вествуд, Дж. Маркетинговый план / Дж. Вествуд. – СПб. : Питер, 2010. – 256 с.
10. Володько, В.Ф. Дипломная работа по специальности Менеджмент (по направлениям): методическое пособие / В.Ф. Володько. – Минск, кафедра «Менеджмент», 2020. – 65 с.
11. Годин, А. М. Маркетинг / А. М. Годин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и Ко, 2010. – 760 с.
12. Голубков, Е. П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2013. – 656 с.
13. Гольдштейн, Г. Я. Маркетинг / Г. Я. Гольдштейн, А. В. Катаев. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2009. – 107 с.
14. Еремин, В. Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации / В. Н. Еремин. – М. : КНОРУС, 2013. – 656 с.
15. Жариков Г.А. / учебной пособие / Г. А. Жариков, С. К. Становкин, 2014. – М. : Издательство «Прометей», 2014. – 173 с.
16. Захаров, С. В. Маркетинг / С. В. Захаров, Б. Ю. Сербиновский, В. И. Павленко. – 2-е изд., доп. и перераб. – Ростов н/Д. : Феникс, 2009. – 361 с.
17. Ильичева, И. В. Маркетинг / И. В. Ильичева. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 229 с.
18. Когденко, В. Г. Экономический анализ / В. Г. Когденко. – 2 изд. – М. : Юнити, 2011. – 399 с.
19. Королькова, Е. М. Организация маркетинга на предприятии / Е. М. Королькова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. тех. ун-та, 2011. – 148 с.
20. Короткова А.В. управление маркетингом / А. В. Короткова, И. М. Синяевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – 2012. – 463 с.

21. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер ; под ред. С. Г. Божук. – 2-е изд. Пер. с англ. – СПб. : Питер, 2010. – 464 с.
22. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. Пер. с англ. – М. : Альпина Паблишерз, 2010. – 211 с.
23. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 9-е изд. Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2013. – 1200 с.
24. Ландреви, Ж. Меркатор. Теория и практика маркетинга / Ж. Ландреви, Ж. Леви, Д. Линдон. Пер. с франц. – М. : МЦФЭР, 2006. – Т. – 664 с.
25. Ландреви, Ж. Меркатор. Теория и практика маркетинга / Ж. Ландреви, Ж. Леви, Д. Линдон. Пер. с франц. – М. : МЦФЭР, 2006. – Т. – 512 с.
26. Левинсон, Дж. Партизанский маркетинг / Дж. Левинсон, П. Хенли. Пер. с англ. – СПб. : Питер, 2006. – 192 с.
27. Литл, Джон Ф. Основы маркетинга. Чего же хотят ваши потребители. Надежный способ это выяснить / Джон Ф. Литл. Пер. с англ. – Ростов н/Д. : Феникс, 2010. – 400 с.
28. Маркетинг / под ред. М. Бейкера. Пер. с англ. СПб. : Питер, 2012. – 1200 с.
29. Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе / Под ред. Н. Д. Эриашвили. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 431 с.
30. Моисеева, Н. К. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии / Н. К. Моисеева, М. В. Коньшева ; под ред. Н. К. Моисеевой. – М. : Финансы и статистика, 2012. – 304 с.
31. Оптимизация маркетинговой деятельности предприятия / В. И. Троянов. – М. : Международная ассоциация «Система ММЦ», ЗАО «Межрегиональный маркетинговый центр «Удмуртия – Москва», 2014. – 98 с.
32. Осташков, А. В. Маркетинг / А. В. Осташков. – Пенза ФАО ПГУ : 2010. – 187 с.
33. Панкрухин, А. П. Маркетинг / А. П. Панкрухин. – 3-е изд. – М. : Омега-Л, 2011. – 656 с.
34. Соловьев, Б. А. Маркетинг / Б. А. Соловьев. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 383 с.
35. Теория маркетинга / Под ред. М. Бейкера. Пер. с англ. – СПб. : Питер, 2012. – 464 с.
36. Цахаев, Р. К. Основы маркетинга / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева, С. А. Алиев. – М. : Экзамен, 2005. – 448 с.
37. Энис Б.М. Классика маркетинга / Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. Моква. Пер. с англ. Т. Виноградова и др. – СПб. : Питер, 2011. – 746 с.
38. Маркетинговая деятельность и ее основные виды [Электронный ресурс] / Д.В. Воронов – Режим доступа: [http://studme.org/13761106/ekonomika/marketingovaya\\_deyatelnost\\_osnovnye\\_vidy](http://studme.org/13761106/ekonomika/marketingovaya_deyatelnost_osnovnye_vidy) – Дата доступа: 19 марта 2024.

39. Маркетинговая деятельность предприятия [Электронный ресурс] : Л.И. Волонцевич. – Минск: БГЭУ, 2010. – Режим доступа: <http://kakkobog.ru/marketingovaya-deyatelnostpredpriyatiya#ixzz3xVBnpczz> Дата доступа: 24 марта 2024.