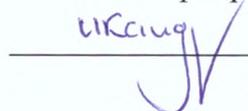


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет технологий управления и гуманитаризации  
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, доцент

 И.Н. Кандричина  
« 18 » июня 2024 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**ФОРМИРОВАНИЕ ИННАВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ  
РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

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

Направление: 1-26 02 02-03 Менеджмент (производственный)

Студент–дипломник, гр. 10801320  Б.Ш. Равшанов

Руководитель, к.э.н., доцент  П.В. Сачек

Консультант, к.э.н., доцент  П.В. Сачек

Консультант по технологической  
части, к.п.н., доцент  О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,  
преподаватель  Е.О. Шнип

Объем работы:

дипломная работа – 81 страниц

графическая часть – 8 листов

цифровые носители – 1 диск

Минск 2024

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 81 страниц, 3 рисунка, 11 таблиц, 1 приложение, 40 источников

ИННОВАЦИИ, ИНВЕСТИЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ, АКТИВНОСТЬ,  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МОДЕРНИЗАЦИЯ, НОВЫЙ ПРОДУКТ

Объект исследования – промышленность Республики Беларусь.

Предмет исследования – теоретические и практические аспекты инновационной деятельности промышленных предприятий.

Цель исследования – анализ перспектив повышения инновационной активности предприятий промышленности Республики Беларусь.

Методы исследования: системный метод, абстракция, анализ, синтез, дедукция, сравнение, графический, способ табличного отражения данных.

Дипломная работа посвящена инновационной деятельности, которая понимается как процесс комплексный и многоуровневый. В него включаются не только оригинальное изобретение, но и разработка новой технологии, получение нового продукта. Чрезвычайно важны также распространение нововведения в другие отрасли, адаптация новых методов и продуктов для других сфер, формирование новых секторов рынков.

Автор дипломной работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

  
(подпись автора)

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук; 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для магистратуры / Е. П. Голубков. – М.: Юрайт, 2019.
3. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова; 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
4. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев; 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
5. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации: учебник / Е. С. Григорян. – М.: ИНФРА-М, 2021.
6. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – М.: Юрайт, 2021.
7. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2021.
8. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом: учебник / Ю.Н. Егоров. – М.: ИНФРА-М, 2020.
9. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации: учебник для вузов / А.П. Егоршин; 2-е изд., доп. и перераб. – Н. Новгород: НИЭМ, 2020.
10. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей ред. С. В. Карповой; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
11. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей ред. С. В. Карповой. – М.: Юрайт, 2021.
12. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова; под общей ред. Н. Я. Калюжной; 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2021.

13. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
14. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика: учеб. пособие для бакалавров / С. В. Карпова. – М.: Юрайт, 2019.
15. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учеб. пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин; под общей редакцией С. В. Карповой. – М.: Юрайт, 2021.
16. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учеб. пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. – М.: Юрайт, 2021.
17. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Юрайт, 2021.
18. Корнеева, И. В. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – М.: Юрайт, 2021.
19. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом: учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова; 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2021.
20. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер; 15-е изд. – СПб.: Питер, 2018.
21. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2020.
22. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей ред. С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – М.: Юрайт, 2021.
23. Маркетинг. Практикум: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей ред. С. В. Карповой. – М.: Юрайт, 2021.
24. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. – М.: Юрайт, 2021.

25. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.]; под ред. К. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. – М.: Юрайт, 2020.
26. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. – 2-е изд. – М.: Юрайт, 2021.
27. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг: учебник / В. Н. Наумов; 2-е изд., перераб., и доп. – М.: ИНФРА-М, 2020.
28. Наумов, В. Н. Стратегическое взаимодействие рыночных субъектов в маркетинговых системах: монография / В. Н. Наумов, В. Г. Шубаева. – М.: ИНФРА-М, 2020.
29. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. – М.: Юрайт, 2021. – 374 с.
30. Овсянников, А. А. Современный маркетинг: учебник и практикум для вузов. В 2 ч. Часть 2 / А. А. Овсянников. – М.: Юрайт, 2021.
31. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – М.: Юрайт, 2021.
32. Рыжикова, Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг: учеб. пособие / Т. Н. Рыжикова. – М.: ИНФРА-М, 2020.
33. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик. Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2021.
34. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг: учебник / В.Д. Секерин. – М.: ИНФРА-М, 2020.
35. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. – М.: Юрайт, 2020.
36. Токарев, Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата / Б. Е. Токарев. – М.: ИНФРА-М, 2020.
37. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг: учебник / Т.А. Тультаев. – М.: ИНФРА-М, 2020.

38. Годовая финансовая отчетность «Сбер Банк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sber-bank.by//reports.individualyearreports.html>. - Дата доступа: 19.02.2022.

39. История и достижения ОАО «Сбер Банк» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sber-bank.by/page/achievements> Дата доступа: 15.02.2022.

40. Устав ОАО «Сбер Банк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sber-bank.by/files/temp/ustav.pdf>- Дата доступа: 19.02.2022.