

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

Л.В. Гринцевич

«11» 06 2018 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

«Организация системы маркетинговых коммуникаций по продвижению
товаров предприятия (на примере ООО «Беловол»)»

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

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

Обучающийся группы
10502114

Е.В. Ковшик 30.05.18
(подпись, дата)

Руководитель

А.И. Лученок
(подпись, дата) д-р.экон.наук, профессор

Консультанты:

по организационно-
экономическим вопросам

А.И. Лученок
(подпись, дата) д-р.экон.наук, профессор

по организации
внешнеэкономической
деятельности

В.Ф. Толстоухова 29.05.18
(подпись, дата) канд.фил.наук, доцент

по конструкторско-
технологическим вопросам

А.А. Заболотец 27.04.18
(подпись, дата)

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ

Е.О. Пицало 14.05.18
(подпись, дата)

по охране труда

Е.В. Мордик 27.04.18
(подпись, дата)

Ответственный за нормоконтроль

Т.К. Савко 11.06.18
(подпись, дата)

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 178 страниц

графическая часть – 14 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единица

Минск 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 178 с., 41 рис., 56табл., 27источников.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ПРОДВИЖЕНИЕ, КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТЬ, РЕКЛАМА

Объектом исследования является ООО «Беловол».

Предметом исследования является маркетинговая деятельность предприятия.

Цель работы: разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговых коммуникаций для продвижения товаров ООО «Беловол».

В процессе работы выполнены следующие задачи:

1) рассмотрены сущность маркетинговых коммуникаций и выявлены инструменты их реализации;

2) проведен анализ внешней среды и основных технико-экономических показателей работы ООО «Беловол»;

3) проведен анализ внутренней среды ООО «Беловол»;

4) дана оценка практики маркетинговой деятельности ООО «Беловол»;

5) обоснованы направления по совершенствованию комплекса маркетинговых коммуникаций для продвижения товаров ООО «Беловол» и разработан механизм их практической реализации;

6) обоснована эффективность проектных решений;

В исследовании использованы методы экономического анализа, факторный анализ показателей.

В ходе дипломной работы прошли апробацию такие предложения, как совершенствование маркетинговых коммуникаций, для улучшения финансового состояния предприятия, которые требуют:

- разработки стратегии стимулирования сбыта;
- разработки рекламных мероприятий;
- совершенствование товаропроводящей сети.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер – Москва: Бизнес-книга, 2005, – 702 с.
2. Ассель, Г. Маркетинг / Ассель Г – Сп-б: Бизнес-книга, 2005, – 400 с.
3. Березин, И.С. Маркетинговые исследования рынков / И.С. Березин – М.: РДЛ, 2003. – 416 с.
4. Аристрахова, М. Маркетинговые исследования коммуникационной деятельности / М. Аристрахова, Т.Матягина // Маркетинг. – 2005. – №1 – С.54-56.
5. Бест Р. Маркетинг потребителя / Р.Бест– Москва: Ман, Иванов и Фербер, 2009. – 461 с.
6. Дихтль, Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль – М. : Высшая школа, 2005 – С. 464 - 465
7. Котлер, Ф. Основы маркетинга: пер с англ. – 2-е европ.изд. / Ф. Котлер – М. : Издательский дом «Вильямс», 2009. – 861 с.
8. Крие, А. Внутренняя торговля / А. Крие – М. : Прогресс, 2008. – 140 с.
9. Степанюк, Н.Г. Инструменты Паблик Рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций / Н.Г. Степанюк // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2007. – №7 – С.21-25.
- 10.Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич – Минск : Вышэйшая школа, 2009. – 161 с.
- 11.Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность/ Ф. Г. Панкратов – М. : Информационно-внедренческий центр “Маркетинг”, 2006. – 170 с.
- 12.Шарков, Ф.И. Теория коммуникации /Ф. И. Шарков – М.: РИП-холдинг, 2007. – 245 с.
13. Бурцев, В.В. Совершенствование системы управления сбытом продукции / В. В. Бурцев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №6 – С. 57-59.
- 14.Тарелко, В.В. Расчет экономической эффективности маркетинговой политики предприятия /В.В. Тарелко// Маркетинг, реклама и сбыт. – 2006. – № 3 – С. 35-36.
- 15.Глубокий, С.В. Операционный маркетинг / С.В. Глубокий. – Минск: ВУЗ-ЮНИТИ, 2002. – 76 с.
- 16.Маляренко, А.Д. Конструкторско-технологическое обеспечение производства: Методическое пособие по дипломному проектированию для студентов экономических специальностей / А. Д. Маляренко – Минск: ВУЗ-ЮНИТИ, 2004. – 119с.
- 17.Металлорежущий инструмент. Каталог. Часть 2. Фрезы. / Под ред. Д.И. Семенченко. – М.: ВНИИТЭМР, 1988. – 466с.
- 18.Бурчаков, Р.Г. Комплекс маркетинга: какую концепцию выбрать? / Р.Г. Бурчаков // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – № 6 – С. 572–577.

19. Шаталова, Т.Н. Комплекс маркетинга: сравнительная характеристика концепций «4Р» и «4С» / Т.Н. Шаталова, Л.Ф. Давлетбаева // Вестник ОГУ. – 2007. – С. 104–109.
20. Никишкин В.В. Особенности комплекса маркетинга в розничной торговле / В.В. Никишкин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С. 45–50.
21. Кузьменко, В.В. Основные тенденции использования маркетинговых технологий в развитии сетевой розничной торговли области / В.В. Кузьменко, В.Л. Кузьменко – М.: Издательство Московского гуманитарного университета, 2012. – 1725 с.
22. Здравомыслов П.И. Комплекс маркетинга розничной сети / П.И. Здравомыслов // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2007. – № 3. – С. 224–228.
23. Санитарные нормы и гигиенические нормативы "Гигиенические требования к электромагнитным полям в производственных условиях", установленные Постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь №69 от 21.06.2010 г.
24. Санитарные нормы и правила «Требования к микроклимату рабочих мест в производственных и офисных помещениях», Гигиенический норматив «Показатели микроклимата производственных и офисных помещений», утвержденные постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 30.04.2013г. №33
25. Санитарные нормы и правила «Требования при работе с видеодисплейными терминалами и электронно-вычислительными машинами», утвержденные Постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 28.06.2013г. № 59
26. Санитарные нормы, правила и гигиенические нормативы «Шум на рабочих местах, в транспортных средствах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки. Постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь 16 ноября 2011 г. №115.
27. Методические рекомендации по дипломному проектированию для студентов специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» / А. М. Темичев [и др.]. – Минск: «ФУАинформ», 2015. - 144с. : ил.