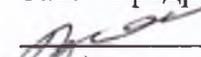


ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, профессор


В.Ф.Володько

подпись

«18» 06 2018 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

РАЗВИТИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ В РАМКАХ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

Студент 10801114
группы


подпись

В.В. Звон

Руководитель
(к.и.н., доцент)


подпись

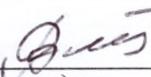
И.Д. Матяс

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(к.и.н., доцент)


подпись

И.Д. Матяс

по технологической части
(к.п.н., доцент)


подпись

О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль
(старший преподаватель)


подпись

И.В. Унукович

Объем работы:

дипломная работа – 88 страниц;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 88 стр., 3 рисунка, 12 таблиц, 40 использованных источников.

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ, МЕНЕДЖМЕНТ, КЛИЕНТ, КОНКУРЕНТ, СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, SWOT-АНАЛИЗ

Цель дипломной работы – рассмотрение теоретических аспектов клиентоориентированности как фактора повышения клиентоспособности, исследование клиентоориентированности интернет-магазина, и разработка направлений совершенствования данной проблемы.

Объект дипломного исследования – общество с ограниченной ответственностью «СветомирБай».

Задачи дипломного исследования:

1. Исследовать теоретические аспекты клиентоориентированности как фактора повышения клиентоспособности.
2. Проанализировать состояние хозяйственной деятельности и состояние клиентоориентированности ООО «СветомирБай».
3. Разработать предложения по повышению клиентоориентированности ООО «СветомирБай» и рассчитать их эффективность.
4. Разработать технологию реализации внесенных предложений.

Элементом новизны полученных результатов является внедрение программы, которая способствует формированию конкурентоспособности отдельного предприятия, тем самым увеличивая его прибыль и количество лояльных клиентов. Данная программа направлена на формирование взаимоотношений с клиентами нового уровня – партнерских.

Область возможного практического применения результатов – интернет-магазины.

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. Алиева, А.Н. Клиентоориентированность / А.Н. Алиева // Управление персоналом. – 2012. – №6. – С. 16-19.
2. Алиева, З.М. Методика исследования динамики потребительской лояльности к организации розничной торговли / З.М. Алиева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – №3. – С. 204-216.
3. Андреев, А.Г. Лояльный потребитель – основа долгосрочного конкурентного преимущества компании / А.Г. Андреев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2013. – №2. – С. 12-18.
4. Бабушкина, А.Ю. Программы по повышению лояльности клиентов: типы и эффективность / А.Ю. Бабушкина // Российское предпринимательство. – 2014. – №7. – С. 94-98.
5. Балашов, А.П. Основы менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. – 288 с.
6. Блэйк, Р.Р. Научные методы управления / Р.Р. Блэйк, Д.С. Мутон [пер. с англ. И. Ющенко]. – Киев: Высшая школа, 2013. – 274 с.
7. Бухалков, М.И. Управление персоналом: развитие трудового потенциала: Учебное пособие / М.И. Бухалков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 192 с.
8. Веснин, В.Р. Стратегический менеджмент / В.Р. Веснин. – М.: МГИУ, 2017. – 320 с.
9. Герчиков, В.И. Управление персоналом: работник – самый эффективный ресурс компании: учебное пособие / В.И. Герчиков. – М.: ИНФРА, 2012. – 282 с.
10. Глухов, В.В. Менеджмент: экономические специальности / В.В. Глухов. – СПб.: Питер Пресс, 2009. – 600 с.
11. Гуськов, Ю.В. Стратегический менеджмент: учебник / Ю.В. Гуськов. – М.: Альфа-М, 2011. – 192 с.
12. Данько, Т.П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: Учебник / Т.П. Данько, М.П. Голубев. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 416 с.
13. Джонсон, М. Ориентация на клиента – фактор успеха предприятия / М. Джонсон // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №2. – С. 10-13.
14. Добреньков, В.И. Методы социологического исследования / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 205 с.

Доминяк, В. Организационная лояльность: основные подходы / В. Доминяк // Менеджер по персоналу. – 2009. – №4. – С. 34-40.

Драгунов, С.В. Лояльность клиентов в предпринимательских структурах: мероприятия по повышению лояльности и оценка их эффективности / С.В. Драгунов // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2009. – №3. – С. 100-103.

Дурович, А.П. Организация туризма / А.П. Дурович. – СПб.: Питер, 2009. – 320 с.

Ещенко, А.В. Клиентоориентированность – основной фактор развития коммерческого банка / А.В. Ещенко. – Ставрополь: Север-Кавказский ГТУ, 2009. – 217 с.

Зинкевич, А.С. Секреты клиентоориентированности / А.С. Зинкевич. – М: Онити, 2013. – 321 с.

Зорин, И.В. Энциклопедия туризма / И.В. Зорин, А.В. Квартальнов. – М: Финансы и статистика, 2014. – 368 с.

Иванов, С.М. Школа клиентоориентирования / С.М. Иванов // Журнал. – 2012. – №8. – С. 58-60.

Кибанов, А.Я. Управление персоналом: учебное пособие / А.Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 238 с.

Кольган, М.В. Программа лояльности как подходящий механизм создания наглядного конкурентного отличия / М.В. Кольган // Вестник ДГТУ. – 2015. – № 5. – С. 61-63.

Комаров, С.В. Клиентоориентированность и ее эффективность: сколько стоят клиенты / С.В. Комаров. – М: Инфра-М, 2012. – 206 с.

Крутик, А.Б. Особенности управления проектами в сфере услуг / А.Б. Крутик // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2015. – № 1. – С. 13-25.

Лосев, С.В. Принципы построения клиентоориентированной организации / С.В. Лосев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 6. – С. 38-42.

Лукичева, Л.И. Управленческие решения: учебник / Л.И. Лукичева. – М.: МЕГА-Л, 2014. – 383 с.

Ляско, А.К. Стратегический менеджмент. Учебник / А.К. Ляско. – М.: ИД Дело АНХ, 2013. – 488 с.

29. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: лекции / В.Д.Маркова, С. А.Кузнецова. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 287 с.
30. Мелихов, Ю.Е. Управление персоналом: портфель надежных технологий: учебн.-практ. пособие / Ю.Е. Мелихов, П.А. Малуев. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2010. – 342 с.
31. Потемкин, В.К. Управление персоналом: учеб. для студ. вузов, специализирующихся на менеджменте организации, экономики труда и управление персоналом / В.К. Потемкин. – М.: Питер, 2010. – 426 с.
32. Почебут, Л.Г. Оценка лояльности сотрудника к организации. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности / Л.Г. Почебут. – СПб.: Речь, 2015. – 287 с.
33. Романов, Е.В. Стратегический менеджмент: учебник / Е.В. Романов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.
4. Самоукина, Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах / Н.В. Самоукина. – М.: ЭКСМО, 2015 – 230 с.
5. Сысоева, С.О. Как воспитать лояльность покупателей / С.О. Сысоева, А. Нейман // Маркетолог. – 2010. – № 1. – С. 30-35.
6. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд; пер. с англ. А Р. Ганиева, Э.В. Кондукова. – М.: Вильямс, 2013. – 928 с.
7. Управление персоналом: учеб. для бакалавров: для студ. вузов / [А.А. Литвинюк и др.]; под ред. А.А. Литвинюка. – М.: Юрайт, 2012. – 434 с.
8. Шестопал, Ю.Т. Менеджмент: учебник / Ю.Т. Шестопал, В. Д. Дорофеев. – М.: КноРус, 2013. – 320 с.
9. Шилков, В.И. Стратегический менеджмент: учебник / В.И. Шилков. – М.: Форум, 2013. – 304 с.
10. Шифрин, М.Б. Стратегический менеджмент / М.Б. Шифрин. – СПб.: Питер, 2010. – 240 с.