

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой профессор

 В.Ф.Володько

«14» 06 2018 г.

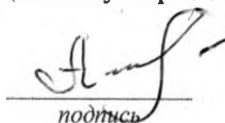
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**«РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «БОРИСОВСКИЙ ЗАВОД
МЕДИЦИНСКИХ ПРЕПАРАТОВ»)»**

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

Студент 30801213
группы


подпись

А.Д.Шишко

Руководитель
(ст. преподаватель)


подпись

Т.В.Данильченко

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(ст. преподаватель)


подпись

Т.В.Данильченко

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


подпись

О.М.Володько

Ответственный за нормоконтроль


подпись

М.С.Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 106 страниц;
графическая часть – 11 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

Минск 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 106 стр., 22 рисунка и схем, 19 таблиц,
42 использованных источника, 4 приложения

МАРКЕТИНГ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Целью дипломной работы является разработка рекомендаций по совершенствованию комплекса маркетинга предприятия ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов».

Объект дипломного исследования – предприятие по производству лекарственных средств ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов».

Задачи исследования:

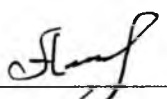
1. Раскрыть теоретические основы комплекса маркетинга промышленного предприятия.
2. Проанализировать состояние комплекса маркетинга на предприятии ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов».
3. Разработать программу совершенствования комплекса маркетинга для выхода ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» на новые рынки сбыта.
4. Предложить технологию внедрения по совершенствованию комплекса маркетинга на предприятии ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов».

При проведении исследования использовались методы проведения маркетинговых исследований и инструменты стратегического анализа.

Элементом новизны полученных результатов является разработка предложений по совершенствованию комплекса маркетинга и обоснование их эффективности.

Область возможного практического применения результатов – предприятие фармацевтической отрасли.

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: Учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Мн.: Выш. шк., 2009. – 482 с.
2. Арсеньева, Е.В., Носова, Г.В. Микс-Маркетинг: Учебно-методическое пособие / Е.В. Арсеньева, Г.В. Носова. – Вышний Волочек: МСИ, 2015 – 236 с.
3. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 285 с.
4. Белоусова, С. Н. Маркетинг: учебное пособие по специальностям экономики и управления / С. Н. Белоусова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 381 с.
5. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособ. / Т.Б. Бердникова – М.: ИНФРА – М, 2011. – 213 с.
6. Бест, Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бэст. – М.: МИФ, 2015. – 180 с.
7. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций, Минск: БГТУ, 2012. – 306 с.
8. Быстров, О.Ф. Экономика предприятия (фирмы). Экономика предприятия (фирмы): Практикум / Л.П. Афанасьева, Г.И. Болкина, О.Ф. Быстров. - М.: ИНФРА-М, 2012. – 319 с.
9. Володько, В.Ф. Практикум по выполнению дипломной работы: метод. пособие / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, кафедра менеджмента, 2012. – 34 с.
10. Володько, В.Ф. Организация производства и управление предприятием: учебное пособие / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, 2017. – 493 с.
11. Герчиков, В.И. Управление персоналом: работник – самый эффективный ресурс компании: учебное пособие / В.И. Герчиков. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 282 с.
12. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г.Голова. - М.: Дашков и К, 2013. – 277 с.
13. Данько, Т.П., Голубев, М.П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: Учебник / Т.П. Данько, М.П. Голубев. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 416 с
14. Дафт, Р. Менеджмент / Р.Дафт; пер. с англ. – СПб: Питер, 2015. – 832 с.
15. Захарова, Ю.А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж. Учебное пособие/ Ю.А. Захарова.- Дашков и К, 2011. – 136 с.

16. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности "Маркетинг" / О. И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2010. – 414 с.
17. Ковалев, А.И. Анализ финансового состояния предприятия / А.И. Ковалев, В.П. Привалов – М.: Центр экономики и маркетинга, 2015. – 139 с.
18. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования 3-е изд., пер. и доп. учебник для бакалавров / А.В. Коротков. - Люберцы: Юрайт, 2016. – 595 с.
19. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. – 14-е изд. – Питер, 2014. – 800 с.
20. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я / Ф. Котлер; пер. с англ. – 7-е изд. – Москва, 2015. – 210 с.
21. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. - М.: Вильямс, 2016. – 496 с.
22. Макарьева, В.И. Анализ финансово – хозяйственной деятельности организации / В.И. Макарьева. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 471 с.
23. Макашева, З.М. Брендинг / З.М. Макашев. - СПб.: Питер, 2014. – 204 с.
24. Манн, И. Интернет-маркетинг на 100 %: Учебник / И. Манн – Питер, 2015. – 240 с.
25. Маркетинг: учебник для студентов / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва: Инфра-М, 2013. – 335 с.
26. Маркетинг: учебное пособие по направлению "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – Москва: Инфра - М, 2010. – 420 с.
27. Менеджер по рекламе. Учебное пособие /А.П. Дурович, И.И. Гришко – Современная школа, 2010. – 288 с.
28. Панкрухин, А.П. Маркетинг: Учебник для вузов [Текст] / А.П. Панкрухин. – Издательство «Омега-Л», 2011. – 656 с.
29. Попова, Г.В. Маркетинг. Теория и практика. Учебное пособие / Г.В. Попова – 2-е изд. – Питер, 2011. – 186 с.
30. Радченко, Ю.В. Анализ финансовой отчетности: учебник / Ю.В. Радченко. – М: ИНФРА – М, 2014. – 317 с.
31. Романов, А.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. - 384 с.
32. Ромат, Е.В. Реклама: [учеб. для студ. вузов, изуч. маркетинг, менеджмент, паблик рилейшнз] / Е.В.Ромат. - СПб.: Питер, 2014. – 508 с.
33. Савчук Г.А., Управление маркетингом на предприятии, учебное пособие, Савчук Г.А., Мокерова Ю.В., М, 2014 – 220 с.

34. Синяева, И.М. Маркетинг: теория и практика: учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / И.М.Синяева, О.Н.Романенкова. - М.: Юрайт, 2014. - 652 с.
35. Симонян, Т.В. Маркетинг и маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студ. вузов / Т.В.Симонян, Т.Г.Кизилова. - Ростов н/Д: Феникс, 2011. – 212 с.
36. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник / Б.Е.Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Магистр: ИНФРА-М, 2011. – 508 с.
37. Траут Дж. Репозиционирование. Бизнес в эпоху конкуренции, перемен и кризиса Дж. Траут; пер. с англ. – М., Питер, 2010 – 256 с.
38. Управление маркетингом: [учебник для вузов: перевод с английского] / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013. – 832 с.
39. Бухгалтерский баланс ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» на 31 декабря 2016 г.
40. Бухгалтерский баланс ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» на 31 декабря 2017 г.
41. Отчет о прибылях и убытках ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» за 2015-2016 годы.
42. Отчет о прибылях и убытках ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» за 2016-2017 годы.