


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ Машиностроительный факультет
КАФЕДРА «Экономика и организация машиностроительного производства»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
 Т.А. Сахнович
« 14 » 06 2018 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

«Совершенствование маркетинговой деятельности на предприятии ОАО «МТЗ»

Специальность 1-27 01 01 «Экономика и организация производства»

Направление 1-27 01 01-01 «Экономика и организация производства
(машиностроение)»

Специализация 1-27 01 01-01 01 «Экономика машиностроительного
предприятия»

Обучающийся
группы 10302113



К.А. Реутская

Руководитель



Н.В. Комина
ст. преподаватель

Консультант по конструкторско-
технологическому разделу



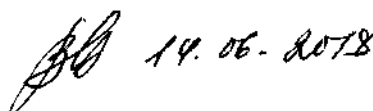
Н.В. Шкинъ
ст. преподаватель

Консультант
по охране труда



Е.Ф. Пантелеенко
к.т.н., доцент

Ответственный за
нормоконтроль



В.В. Черновец
вед. инженер

Объем проекта:

Пояснительная записка 173 страниц
Графическая часть 10 листов

Минск 2018

РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 173 с, 52 рис., 87 табл., 24 источника, 8 прил.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ,
СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СИСТЕМАТИЗАЦИЯ РАСХОДОВ НА
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ДЕБИТОРСКАЯ
ЗАДОЛЖЕННОСТЬ.

Объектом исследования является предприятие ОАО «МТЗ» - предприятие, которое входит в восьмёрку крупнейших производителей сельскохозяйственной техники в мире (около 8-10 % от мирового рынка колёсных тракторов).

Целью дипломного проекта является определение наиболее эффективных методов сбыта продукции ОАО «МТЗ» за счет мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности.

В процессе работы выполнены следующие исследования: проведен анализ основных технико-экономических показателей работы предприятия и выявлены основные тенденции его развития за последние несколько лет, анализ рынков сбыта и конкурентов предприятия, анализ методов стимулирования при продвижении товаров на рынок, анализ системы управления маркетингом и рекламой на предприятии, а также анализ финансового состояния предприятия и анализ прибыли и рентабельности.

В ходе дипломного проектирования были предложены мероприятия, направленные на совершенствование сбытовой деятельности, сокращение дебиторской задолженности, стимулирование продаж за счёт гибкой ценовой политики предприятия, а также систематизации расходов на маркетинговые коммуникации, повышения эффективности рекламы, прибыльности и привлечения новых клиентов.

Результатами внедрения явились снижение себестоимости продукции, получение дополнительной прибыли и увеличение объёмов сбыта продукции.

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломном проекте расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого объекта, все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адаменкова, С.И. Анализ производственно-финансовой деятельности предприятия и инвестиционных решений / С.И. Адаменкова, О.С. Евменчик. – Минск: Регистр, 2017.
2. Барановский, Ю.В. Режимы резания металлов. Справочник / под ред. Ю.В. Барановского. – М.: Машиностроение, 1972.-408 с.
3. Барнетт, Дж. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход / Дж. Барнетт, С. Мориарти. – СПб: Питер, 2004.
4. Бабук, И.М. Планирование и организация машиностроительного производства. Курсовое проектирование / И.М. Бабук, А.Л.Сачко. – 2-е изд., исп. – Минск: Новое знание, 2013.
5. Бабук, И.М. Проектирование технологических процессов механической обработки в машиностроении. Под ред. В.В.Бабука. – Мн.: “Вышэйшая школа”, 1987.-256 с.
6. Голубков, Е.П. Основы маркетинга: учебник. / Е.П. Голубков. - М.: «Финпресс», 1999.-656 с.
7. Горбачевич, А. Ф. Курсовое проектирование по технологии машиностроения / А.Ф. Горбачевич, В.А. Шкред – Мн.: Выш. школа, 1983.-256 с.
8. Ким, С.А. Маркетинг: учебник / С.А. Ким. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010.-204 с.
9. Королько, А.А. Организация производства. Учебно-методическое пособие / А.А. Королько, С.В. Морозова [и др.]. – Минск: ФУ «Аниформ», 2015
10. Косилова, А.Г. Справочник технолога машиностроителя. В двух томах.Т1. / под ред. А.Г.Косиловой и Р.К.Мещерякова. - М.: Машиностроение, 1985.-656 с.
11. Косилова, А.Г. Справочник технолога машиностроителя. В двух томах.Т2. / под ред. А.Г.Косиловой и Р.К.Мещерякова. - М.: Машиностроение, 1985. -496 с.
12. Котлер, Ф. Основы маркетинга Краткий курс / Ф. Котлер. – М Издательский дом «Вильямс», 2007.-656 с.
13. Ламбен, Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. / Жан-Жак Ламбен.-СПб.: Наука, 1996.-589 с.
14. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов / Лысенко Д.В. – М.: ИНФРА-М, 2009.
15. Морозова, С.В. Статистика предприятий отрасли: учеб.-методическое пособие / С.В. Морозова, Г.В. Ходанович, С.В. Шевченко. – Рег. №1831404125 от 18 июня 2014 г. – Минск: БНТУ, 2014.
16. Панкрухин, В.П. Маркетинг: учеб. Для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / В.П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2005.-656 с.
17. Плясунков, А.В. Планирование на предприятии. Учебно-методическое пособие для направления спец 1-27 01 01-01 «Экономика и организация производства (машиностроение)». / А.В. Плясунков. – Минск: БНТУ, 2016.
18. Романова, А.Н. Маркетинг / А.Н. Романова. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.-560 с.
19. Сак, А.В. Оптимизация маркетинговых решений: учеб. пособие / А.В. Сак, В.А. Журавлев. – Минск : Гревцова, 2010.-304 с.
20. Судник, В. Оценка эффективности маркетинга / В. Судник // *Справочник экономиста*. - № 8. - 2004. - С.17-18.

21. «Стройаренда»: сайт [Электронный ресурс]. – Электр. дан. – Минск, 2018. - Режим доступа: <http://www.stroyarenda.by/perevozka-stroytekhniki>, свободный. – Загл. с экрана.
22. «НП-Техно»: сайт: [Электронный ресурс] – Электр дан. – Минск, 2018. - Режим доступа: http://www.nptecno.com/info/normy_bezопасnosti_pri_perevozkah_na_nizkoramnyh_tralah/, свободный. _ Загл. с экрана.
23. Уткин, Э.А. Маркетинг / Э.А. Уткин. - М. ЭКСМОС, 2009.
24. «Энциклопедия экономиста»: сайт [Электронный ресурс] – Электр. дан. – Минск, 2018. - Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/funkcii-marketinga.html>, свободный. – Загл. с экрана.