

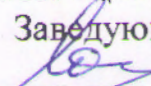
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ Международный институт дистанционного образования

КАФЕДРА «Информационные технологии в управлении»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

 В.Ф. Голиков

подпись

« 15 » 00 2018 г.


РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«Совершенствование организации сбыта продукции (на примере филиала ОАО «БелТАПАЗ»)»

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

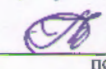
Специализация 1–25 01 07 21 «Экономика и правовое обеспечение хозяйственной деятельности»

Обучающаяся  
группы 417053-14

 26.05.18  
подпись, дата

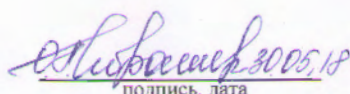
А.В. Проневич

Руководитель

 1.06.18  
подпись, дата

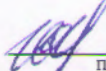
И.Н. Главницкая

Консультант по правовой  
части

 30.05.18  
подпись, дата

О.Л. Ибраева

Ответственный за нормоконтроль

 01.06.18  
подпись, дата

А.А. Шапаренко

Объем дипломной работы:

дипломная работа – 63 страниц

графическая часть – 13 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единица

МИНСК 2018

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 63 с., 6 рис., 23 табл., 41 источник.

### СБЫТ, СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, АНАЛИЗ, SWOT-АНАЛИЗ

Объектом исследования является филиал ОАО «БелТАПАЗ».

Цель работы – разработка мероприятий, повышающих эффективность сбытовой деятельности филиала ОАО «БелТАПАЗ».

В процессе работы выполнены следующие исследования (разработки): изучены теоретические аспекты сбытовой деятельности; представлена организационно-экономическая характеристика деятельности филиала ОАО «БелТАПАЗ»; выполнен SWOT-анализ деятельности предприятия; изучена организация сбытовой деятельности филиала ОАО «БелТАПАЗ»; предложены к внедрению мероприятия, повышающие эффективность сбытовой деятельности филиала ОАО «БелТАПАЗ»; изучены правовые основы управления товарооборотом.

Элементами научной новизны (практической значимости) полученных результатов являются предложения, способствующие повышению эффективности сбытовой деятельности Филиал ОАО «БелТАПАЗ».

Областью возможного практического применения является филиал ОАО «БелТАПАЗ».

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



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Альбеков, А.У. Коммерческая логистика / А.У. Альбеков, О.А.Митько. - Ростов н/Д: Феникс, 2002. - 416 с.
2. Багиев, Г.Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии / Г.Л. Багиев. - Л.: ЛОП ВНТОЭ, 2009.-312 с.
3. Багиев, Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. - М.: Экономика, 2011.- 342 с.
4. Болт, Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г.Дж. Болт. - М.: Экономика, 2010. – 160 с.
5. Братенкова, Т. М.Роль и место маркетинга в формировании бизнес-модели субъектов хозяйствования/Т.М. Братенкова, Э.Г. Чурлей // Труды БГТУ (Научный журнал).- 2016 .- № 7.- С.259-262
6. Ветрова, Е.Н. Организация и управление затратами логистической системы как фактор повышения конкурентоспособности предприятия / Е.Н. Ветрова//Хранение и переработка, 2011. - №4. - С. 27-30.
7. Виноградова, С.Н. Организация и технологии торговли / С.Н. Виноградова. - М.: Высшая школа, 2011. – 270 с.
8. Воронин, С.И. Маркетинг: учеб.пособие / С.И. Воронин. – Воронеж, 2009. – 149 с.
9. Власюк, Ю. Совместный маркетинг: теория и практика применения /Ю. Власюк, М. Хватик // Наука и инновации.- 2016 .- № 5.- С.49-53
10. Герасименко, В.П. Основы профессиональной деятельности коммерсанта (государственное и правовое регулирование): учеб.пособие / В.П. Герасименко, Б.М. Гетман. - Ростов н/Д.: Издательский центр ДГТУ, 2008. -324 с.
11. Гетман,Б.М.Основы профессиональной деятельности коммерсанта: учеб. пособие / Б.М. Гетман. - Ростов н/Д.: Издательский центр ДГТУ, 2010.- 356 с.
12. Голубева, С.К. Самый конкурентный рынок / С.К. Голубева // НЭГ - 2013. - №23. - С.3.
13. Гольдштейн, Г.Я. Маркетинговые решения по распределению товаров и услуг / Г.Я. Гольдштейн, А.В. Катаев. - М.: ИНФРА-М, 2007. – 231 с.
14. Горемыкин, В.А. Планирование предпринимательской деятельности предприятия / В.А. Горемыкин, А.Ю. Богомолов. - М.: ИНФРА-М, 2009.-142 с.
15. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Принят Палатой представителей 28 октября 1998 года: одобр. Советом Республики 19 ноября 1998 года: текст Кодекса по состоянию на 15 янв. 2011 г. Беларусь // Право Левоневский [Электронный ресурс]. – 2016 Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/kodeksby/gk/indexgk.htm>
16. Грибкова Е.И., Базаркина О.В. Коммуникации как фактор конкурентоспособности / Е.И. Грибкова, О.В.Базаркина //Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – №8. – с. 18-23.
17. Дейян, А.Стимулированиесбыта и реклама на месте продаж / А. Дейян, Л. Троядек. - М.: Прогресс-Универс, 2008.-134 с.
18. Джоунз, Г. Торговый бизнес: как организовать и управлять / Г. Джоунз. - М.: ИНФРА-М, 2007. – 89 с.



19. Диксон, П. Управление сбытом товаров / П. Диксон. - М.: Бином, 2007. – 296 с.
20. Дион, Дж. Розничная торговля: как открыть собственный магазин / Дж. Дион, Т. Топпинг. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 56 с.
21. Закон Республики Беларусь от 12.07.2014 №57-З «О бухгалтерском учете и отчетности» // ЭталонOnline [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.etalonline.by/?type=text&regnum>
22. Калинка, А.А. Экономика предприятия: учеб.пособие / А.А. Калинка. - М.: ЮНИТИ, 2010. – 286 с.
23. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования / Н.Г. Каменева, В.А. Полякова. - М: Кнорус, 2005. – 275 с.
24. Карлик, А.Е. Экономика предприятия / А.Е. Карлик, М.Л. Шухгальтера. - М.: ИНФРА-М, 2009.- 243 с.
25. Ковалева, А.М. Финансы фирмы / А.М. Ковалева, М.Г. Лапуста, Л.Г. Скамай. - М.: ИНФРА-М, 2012.- 341 с.
26. Кожекин, Г.Я. Организация производства / Г.Я. Кожекин, Л.М. Сеница. - Минск: ИП Экоперспектива, 2009. – 265 с.
27. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль / Ф. Котлер. –Минск: Питер Ком, 1999. – 475 с.
28. Ламбен, Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.Ж. Ламбен. - СПб.: Перспектива, 2012. – 214 с.
29. Лебедев, А. Н. Психологическая, экономическая и социальная эффективность рекламы в современных маркетинговых коммуникациях/А.Н. Лебедев // Психологический журнал.- 2015 .- Т.36. - № 2.- С.5-19
30. Мавричева, Н.Е. Сейлзпромоушен как кратчайший путь к покупателю / Н.Е. Мавричева // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2012. - № 1. - С.45-49.
31. Мозер, К. Психология маркетинга и рекламы: пер. с нем./К. Мозер; науч. ред. М.А. Круглова.- Харьков : Гуманитарный Центр, 2013. - 336 с.
32. Молчанов, Н. Н.Маркетинг и стратегический менеджмент/Н.Н. Молчанов, Д.С. Головнев // Вестник СПбГУ. Серия 5. Экономика.- 2016 .- № 1.- С.80-105
33. Наумов, В.Н. Маркетинг сбыта: учеб.пособие / В.Н. Наумов. - СПб.: СПбГУЭФ, 2009. – 99 с.
34. Осипова, Л.В. Основы коммерческой деятельности: практикум / Л.В. Осипова, И.М. Синяева. - М.: Бином, 2006. – 302 с.
35. Панова, Е. А. Торговый менеджмент и торговый маркетинг: сходства и различия/Е.А. Панова // Маркетинг в России и за рубежом.- 2016.- № 5.- С.27-34
36. Поршнева, А.Г. Управление организацией / А.Г. Поршнева. - М.: Финансы и статистика, 2007. – 210 с.
37. Строков, В.А. Коммерческая деятельность в сбытовой деятельности / В.А. Строков. - М.:Хорс, 2009. – 201 с.
38. Сулицкий, В. Экономико-математические методы в принятии маркетинговых решений/В. Сулицкий // Маркетинг в России и за рубежом.- 2016 .- № 4.- С.13-22

39. Хлопенко, О.В. Инновации в коммерческой деятельности: учеб. пособие / О.В. Хлопенко- Ростов н/Д.: Издательский центр ДГТУ, 2008. – 236 с.
40. Чернов, В.А. Управленческий учет и анализ коммерческой деятельности / В.А. Чернов. - М.: Финансы и статистика, 2010. – 287 с.
41. Шмален, Г. Основы планирования сбыта / Г. Шмален // Основы и проблемы экономики предприятия. - 2011. - №5.- С. 24-29.