

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ Международный институт дистанционного образования

КАФЕДРА «Информационные технологии в управлении»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

 В.Ф. Голиков

подпись

« 15 » 06 2018г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«Сбытовая деятельность предприятия и направления ее совершенствования (на примере ООО «БелЯрШпехт»)»

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

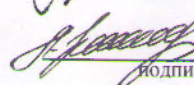


30.05.18

подпись, дата

А.А. Свертока

Руководитель



30.05.18

подпись, дата

А.О. Мармыш

Консультант по правовой
части

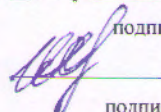


30.05.18

подпись, дата

О.Л. Ибраева

Ответственный за нормоконтроль



31.05.18

подпись, дата

А.А. Шапаренко

Объем дипломной работы:

дипломная работа – 65 страниц

графическая часть – 14 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единица.

МИНСК 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 65 с., 13 рис., 21 табл., 41 источник.

СБЫТ, СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЫНОК СБЫТА, SWOT-АНАЛИЗ

Объектом исследования является ООО «БелЯрШпехт».

Цель работы – разработка мероприятий, повышающих эффективность сбытовой деятельности ООО «БелЯрШпехт».

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

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

Областью возможного практического применения является ООО «БелЯрШпехт».

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. Акулич, М.В. Способы повышения эффективности использования глобальных стратегий бизнеса и маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. - №6. – С. 48-52.
2. Багиев, Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. - М.: Экономика, 2011.- 342 с.
3. Барамыко, Л.В. Методические подходы к формированию и оценке эффективности товарной политики предприятия / Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. - №48. - С. 1-33.
4. Байбардина, Т.Н. Снабженческо-сбытовая деятельность: учеб. пособие / Т.Н. Байбардина, И.А. Байбардин. - Минск: ЗАО «Техноперспектива», 2004. - 319 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. Бурцев, В.В. Внутренний контроль сбытовой деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования / В.В. Бурцев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. - №6. - С. 16-20.
7. Бурцев, В.В. Методические основы мониторинга системы сбыта готовой продукции / В.В. Бурцев // Маркетинг в России и за рубежом. - 2002. - № 4. С. 28 – 32.
8. Виноградова, С.Н. Организация и технологии торговли / С.Н. Виноградова. - М.: Высшая школа, 2011. – 270 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. Стимулирование сбыта и реклама на месте продаж / А. Дейян, Л. Троядек. - М.: Прогресс-Универс, 2008. - 134 с.
18. Добромудрова, И.А. Маркетинг: Курс лекций/ И.А. Добромудрова –Мн.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2004 – 126 с.
19. Джоунз, Г. Торговый бизнес: как организовать и управлять / Г. Джоунз. - М.: ИНФРА-М, 2007. – 89 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®num>
22. Калинин, А.А. Экономика предприятия: учеб. пособие / А.А. Калинин. - М.: ЮНИТИ, 2010. – 286 с.
23. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования / Н.Г. Каменева, В.А. Полякова. - М.: Кнорус, 2005. – 275 с.
24. Кобцев Р. Ю. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на основе единой модели// Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. - №6
25. Ковалева, А.М. Финансы фирмы / А.М. Ковалева, М.Г. Лапуста, Л.Г. Скамай. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 341 с.
26. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2003. - 662 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. - № 2. - С. 5-19.
30. Лысакова, Н. Управление каналами сбыта товаров промышленного назначения/ Н. Лысакова // Маркетинг. -2000. - №2. – С.10-12.
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. Попов, Е.В. Продвижение товаров и услуг / Е.В. Попов. - М.: Финансы и статистика, 1999. – 320 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.