


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «МАРКЕТИНГ»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

 К.В. Якушенко

«21» июня 2018 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

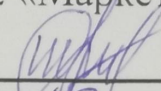
«Совершенствование комплекса маркетинга в

ОАО «Завод «Ветразь»»

Специальность 1-26 02 03 «Маркетинг»

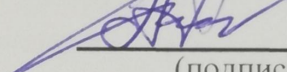
Специализация 1-26 02 03 12 «Маркетинг в туризме»

Студент-дипломник
группы 10504314


(подпись, дата)

А.Т. Шкляревская

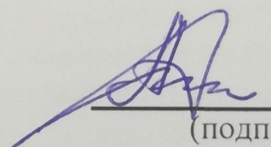
Руководитель

 18.06.18
(подпись, дата)

А.В. Данильченко,
д.э.н., профессор

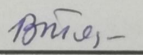
Консультанты:

по организационно-
экономическим вопросам

 18.06.18
(подпись, дата)

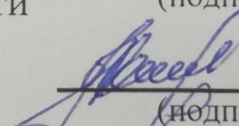
А.В. Данильченко,
д.э.н., профессор

по организации
внешнеэкономической деятельности

 15.06.18
(подпись, дата)

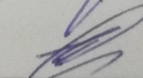
В.Ф. Толстоухова,
доцент

по конструкторско-
технологическим вопросам

 18.06.18
(подпись, дата)

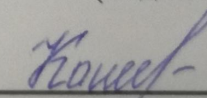
О.В. Филипчик

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ

 15.06.18
(подпись, дата)

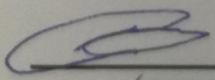
К.С. Короленок

по охране труда

 07.06.2018
(подпись, дата)

Т.П. Кот,
доцент

Ответственный за нормоконтроль

 21.06.18
(подпись, дата)

В.С. Ионин,
к.т.н., доцент

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 130 страниц

графическая часть – 10 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 130 с., 27 рис., 31 табл., 51 источников, 2 прил.

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, АНАЛИЗ, ПРОЕКТНЫЕ
МЕРОПРИЯТИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПРОЕКТНЫЕ
РЕШЕНИЯ.

Дипломная работа состоит из введения, основной части, заключения, списка использованных источников, приложений.

Объектом исследования является ОАО «Завод «Ветразь».

Предметом исследования является комплекс маркетинга как фактор повышения конкурентных позиций предприятия на рынке товаров и услуг ОАО «Завод «Ветразь».

Цель исследования – рассмотреть совершенствование комплекса маркетинга как фактора повышения конкурентных позиций предприятия на рынке товаров и услуг, провести анализ маркетингового комплекса предприятия ОАО «Завод «Ветразь» и разработать мероприятия по его совершенствованию.

В рамках достижения поставленных целей анализируется хозяйственная деятельность предприятия в целом, анализ технико-экономических показателей и внешней среды.

Дипломная работа предусматривает постепенный анализ деятельности предприятия путем рассмотрения отдельных его аспектов, таких, как производственный потенциал, структура управления, внешнеэкономическая деятельность, охрана труда, а так же охрана окружающей среды.

Методической и теоретической основой исследования являются научные работы по теме дипломной работы, а так же документы, полученные на предприятии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Абрютина, М.С. Экономический анализ торговой деятельности: Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2015. – 512 с.
- 2 Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – Минск: Высшая школа, 2010. – 468 с.
- 3 Алесин, А. Что произвести и как продать / А. Алесин // Директор. – 2016. – №2. – С. 34 – 36.
- 4 Альбеков, А.У. Экономика коммерческого предприятия: монография / А.У. Альбеков. – Ростов – на – Дону: Феникс, 2017. – 86 с.
- 5 Анализ коммерческой деятельности / М.С. Абрютина [и др.]; под общ. ред. М.С. Абрютиной. – Минск: Мисанта, 2014. – 364 с.
- 6 Басовский, Л.Е. Маркетинг: Курс лекций / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА – М, 2014. – 219 с.
- 7 Белоусова, С.Н. Маркетинг: учебное пособие по специальностям экономики и управления / С.Н. Белоусова. – Ростов – на – Дону: Феникс, 2014. – 381 с.
- 8 Бланк, И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. – Киев: Ника – Центр, 2014. – 778 с.
- 9 Бузик, И.Н. Мониторинг маркетинговой деятельности предприятия в режиме оперативного управления / И.Н. Бузик // Проблемы управления. – 2018. – №4 (152). – С. 9 – 10.
- 10 Бурцева, Т.А. Маркетинговый анализ потенциальных возможностей предприятия / Т.А. Бурцева // Маркетинг. – 2017. – №2 (169). – С. 26 – 35.
- 11 Валевиц, Р.П. Экономика торгового предприятия: Учебное пособие / Р.П. Валевиц. – Минск: Выш. шк., 2016. – 367 с.
- 12 Ваценок, Д.А. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия / Д.А. Ваценок // Экономика и управление. – 2018. – №1 (169). – С. 68 – 75.
- 13 Гавриш, В.А. Практическое пособие по коммерческой деятельности / В.А. Гавриш. – Симферополь: Таврида, 2015. – 187 с.
- 14 Годин, А.М. Маркетинг: учебник для экономических вузов по направлению «Экономика» и специальности «Маркетинг» / А.М. Годин. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 671 с.
- 15 Головачев, А.С. Экономика предприятия: учеб. пособие / А.С. Головачев. – Минск: Выш. шк., 2014. – 447 с.
- 16 Гребнев, А.И. Экономика торгового предприятия: учебник / под общ. ред. проф. А.И. Гребнева. – М.: Экономика, 2014. – 475 с.
- 17 Деружинский, В.А. Основы коммерческой деятельности / В.А. Деружинский. – Минск: Полирек, 2015. – 126 с.
- 18 Дурович, А.П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2012. – 253 с.

- 19 Казущик, А.А. Основы маркетинга: учебное пособие / А.А. Казущик. – Минск: Беларусь, 2013. – 246 с.
- 20 Карпеко, О.И. Промышленный маркетинг: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности «Маркетинг» / О.И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2012. – 414 с.
- 21 Катниев, Ф. Маркетинговая концепция управления на предприятиях / Ф. Катниев // Маркетинг. – 2017. – №1 (158). – С. 80 – 82.
- 22 Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учеб. для вузов / Л.И. Кравченко. – 5 – е изд., перераб. и доп. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 430 с.
- 23 Лукич, Р.М. Управление отделом продаж: инструменты эффективного менеджера / Р.М. Лукич. – М.: Добрая книга, 2015. – 329 с.
- 24 Маркетинг в вопросах и решениях: учебное пособие для студентов / И.В. Захарова, Т.В. Евстигнеева. – М.: КноРус, 2013. – 303 с.
- 25 Маркетинг в коммерции: учебник: для студентов / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 543 с.
- 26 Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие / Н.А. Никифоров. – М.: Вузовский учебник, 2013. – 272 с.
- 27 Маркетинг: учебник для студентов / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – М.: Инфра – М, 2013. – 335 с.
- 28 Маркетинг: учебник для экономических вузов / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 548 с.
- 29 Маркетинг: учебное пособие для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / И.М. Синяева [и др.]. – М.: Вузовский учебник: Инфра – М, 2015. – 383 с.
- 30 Международное коммерческое дело: Учебник для вузов. / И.Н. Герчикова. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2015. – 51 с.
- 31 Николаева, В.И. Системная оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий торговли / В.И. Николаева // Маркетинг в России и за рубежом. – №4. – 2017. – С. 7 – 10.
- 32 Ойнер, О. Оценка результативности маркетинга: от ресурсной эффективности к интегрированным подходам / О. Ойнер // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – №5 (73). – С. 3 – 13.
- 33 Основы маркетинга. Теория и практика: учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2012. – 381 с.
- 34 Павлова, И.М. Организация коммерческой деятельности: учебник / И.М. Павлова. – М.: ИНФРА – М, 2016. – 163 с.
- 35 Памбухчиянц, О.В. Технология торговли: учебник / О.В. Памбухчиянц. – М.: Маркетинг, 2013. – 284 с.
- 36 Панкрухин, А.П. Маркетинг / А.П. Панкрухин. – М.: ИМП, 2013. – 276 с.
- 37 Платонов, В.Н. Организация и технология торговли: учебник / В.Н. Платонов. – Минск: БГЭУ, 2016. – 318 с.

- 38 Прокшина, Т.П. Маркетинг: учебное пособие / Т.П. Прокшина. – Ростов – на – Дону: Феникс, 2015. – 314 с.
- 39 Пуховский, В.И. Организация коммерческой деятельности / В.И. Пуховский. – Минск: Академия управления при Совете Министров Республики Беларусь, 2016. – 224 с.
- 40 Романова, Н. Маркетинговое управление проектами в промышленности / Н. Романова // Маркетинг. – 2016. – №3 (150). – С. 44 – 53.
- 41 Сенько, А.Н. Экономика предприятия. Практикум: учеб. пособие / А.Н. Сенько. – Минск: Высшая школа, 2014. – 224 с.
- 42 Серегина, Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов / Т.К. Серегина. – 4 – е изд., перераб. и доп. – М.: Информационно – внедренческий центр "Маркетинг", 2015. – 427 с.
- 43 Синяева, И.М. Основы коммерческой деятельности / И.М. Синяева. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 188 с.
- 44 Скриба, Н.Н. Прибыльность и рентабельность торговых предприятий: проблемы и перспективы / Н.Н.Скриба, И.М.Микулич // Финансы, учет, аудит. – 2016. – №№9. – С. 33 – 39
- 45 Торговое дело: экономика, маркетинг, организация / Под ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. – М.: ИНФРА – М, 2013. – 452с.
- 46 Управление маркетингом: учебник для вузов / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – Санкт – Петербург: Питер: Лидер, 2014. – 832 с.
- 47 Шимилов, С.А. Стратегия современного предпринимательства: учебник / С.А. Шимилов. – М.: ИТК «Дашков и Ко», 2014. – 246 с.
- 48 Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебное пособие / Под ред. А.Н. Соломатина. – М.: ИНФРА – М, 2016. – 295 с.
- 49 Экономика организации: учеб. пособие / А.И. Авраменко [и др.]; под ред. А.И. Авраменко. – 2 – е изд. – Минск: Академия МВД Республики Беларусь, 2014. – 352 с.
- 50 Экономика предприятия: учеб пособие / Э.В. Крум [и др.]; под общ. ред. Э.В. Крум. – Минск: Высшая школа, 2014. – 318 с.
- 51 Яковлева, Т. Внутрифирменная методика оценки ориентации на рынок и ее практическое использование / Т. Яковлева // Маркетинг. – 2015. – №1 (192). – С. 31 – 43.