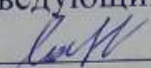


Машиностроительный факультет

Кафедра «Инженерная экономика»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
 О.А. Лавренова
« 12 » июня 2019 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

«Создание дистрибьюторской сети организации»

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

Направление

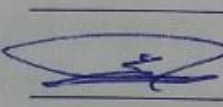
специальности 1- 2701 01-08 «Экономика и организация производства (приборостроение)»

Обучающегося группы
группы 31306113



А.Н.Беловецкий

Руководитель



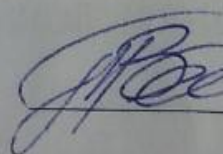
Е.В.Гурина

Консультанты
по разделу - организационно-
экономическая часть

к.э.н., доцент

Е.В.Гурина

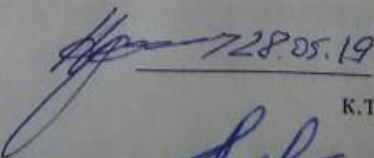
к.э.н., доцент



Н.В. Меллошин

по разделу - автоматизация и
математические методы

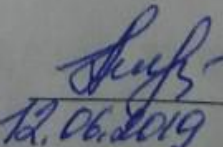
к.э.н., доцент



А.М. Науменко

к.т.н., доцент

по разделу - охрана труда



Л.И. Заяц

ст. преподаватель

Ответственный за нормоконтроль

Объем проекта:

пояснительная записка - 65 страниц;

графическая часть - 5 листов;

магнитные (цифровые) носители - 1 единицы.

РЕФЕРАТ

Дипломный проект 65 стр., рис. 2, табл. 31, источников 62.

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ РАСШИРЕНИЯ ДИСТРИБЬЮТОРСКОЙ СЕТИ

Объектом исследования (разработки) является расширение дистрибьюторской сети.

Цель проекта проанализировать увеличение продаж через создание филиалов.

Методы исследования: анализ, синтез, обобщение, наблюдение.

Задачи исследования: изучить дистрибьюторство, как инструмент современного маркетинга, место дистрибьюторства в маркетинговой деятельности предприятия, произвести анализ хозяйственной деятельности ООО «АлБел Фуд», рассмотреть возможность организации филиалов; рассмотреть; внести предложения по дистрибьюторской сети предприятия; рассмотреть возможность автоматизации производства путем внедрения ВААН И CRM-систем.

Элементы научной новизны полученных результатов: автором предложены экономически обоснованные пути совершенствования сбытовой деятельности предприятия путем создания обособленных филиалов.

Область возможного практического применения: отечественные организации малого бизнеса.

Экономическая значимость исследования: использование предложенных разработок позволит повысить уровень продаж предприятия.

Автор работы подтверждает, что приведенный в работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. СТБ 18001-2009. Системы управления охраной труда. Требования. – Взамен СТБ 18001-2005 ; введ. 24.04.2009. – Минск : Госстандарт : БелГИСС, 2009. – 24 с. – (Государственный стандарт Республики Беларусь)
2. Санитарные нормы и правила «Требования к микроклимату рабочих мест в производственных и офисных помещениях», Гигиенический норматив «Показатели микроклимата производственных и офисных помещений», утвержденные постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 30 апреля 2013 г. № 33 (с изменениями, предусмотренными постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 28 декабря 2015 г. № 136).
3. Гигиенический норматив «Предельно допустимые концентрации вредных веществ в воздухе рабочей зоны», утв. Постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь 11.10.2017 г. №92. – Минск : Министерство здравоохранения Республики Беларусь : Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 2017. – 282 с.
4. ТКП 45-2.04-153-2009 (02250). Естественное и искусственное освещение. Строительные нормы проектирования. – Введ. 14.10.2009 (с отменой СНБ 2.04.05-98). – Минск : Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь, 2010. – 103 с. – (Технический кодекс установившейся практики)
5. Санитарные нормы, правила и гигиенические нормативы «Шум на рабочих местах, в транспортных средствах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки», утвержденные постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 16 ноября 2011 г. № 115.
6. Санитарные нормы и правила «Требования к производственной вибрации, вибрации в жилых помещениях, помещениях административных и общественных зданий», Гигиенический норматив «Предельно допустимые и допустимые уровни нормируемых параметров при работах с источниками производственной вибрации, вибрации в жилых помещениях, помещениях административных и общественных зданий», утв. Постановлением М-ва здравоохранения Респ. Беларусь от 26.12.2013 г. № 132; с дополнениями, утв. Постановлением М-ва здравоохранения Респ. Беларусь от 15.04.2016 г. № 57.
7. Лазаренков, А.М. Учебно-практическое пособие по расчетам в охране труда // А.М. Лазаренков, Л.П. Филянович, Т.П. Кот, Е.В. Мордик. – Минск: БНТУ, 2018.
8. ТКП 474-2013 (02300). Категорирование помещений, зданий и наружных установок по взрывопожарной и пожарной безопасности. – Введ. 29.01.2013 (с отменой НПБ 5-2005). – Минск : Министерство по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь, 2013. – 51 с. – (Технический кодекс установившейся практики)

9. ТКП 339-2011 (02230). Электроустановки на напряжение до 750 кВ. Линии электропередачи воздушные и токопроводы, устройства распределительные и трансформаторные подстанции, установки электросиловые и аккумуляторные, электроустановки жилых и общественных зданий, правила устройства и защитные меры электробезопасности. Учет электроэнергии. Нормы приемосдаточных испытаний. – Введ. 23.08.2011 – Минск : Министерство энергетики Республики Беларусь, 2011. – 600 с. – (Технический кодекс установившейся практики)

10. ТКП 45-2.02-315-2018 (33020) Пожарная безопасность зданий и сооружений. Строительные нормы проектирования. – Введ. 14.02.2018 (с отменой СНиП 2,01,02-85). – Минск : Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь, 2018. – 52 с. – (Технический кодекс установившейся практики)

11. Инструкция по оценке условий труда при аттестации рабочих мест по условиям труда : утв. М-вом труда и соцзащиты Респ. Беларусь 22.02.2008 № 35. – Минск : 2008 – 56 с.

12. Санитарные нормы и правила "Требования при работе с видеодисплейными терминалами и электронно-вычислительными машинами" №59 от 28 06 2013.

13. Акулич, И.Л. Маркетинг: практикум: учеб. пособие / И.Л. Акулич. - 2-е изд. - Мн.: Выш. шк., 2012. - 254 с.

14. Акулич, И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич. - Мн.: Выш. шк., 2013. - 544 с.

15. Афилов, Э.А. Планирование на предприятии: учеб, пособие / Э.А. Афилов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Мн.: Выш. шк., 2015. - 302 с.

16. Качалов К., Евдокимов М. Что нужно знать и как нужно действовать, чтобы ваша реклама была эффективной // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 2009. №5. – с. 39-46.

17. Конопелько Е. Эффективность рекламы // Консультант бухгалтера. 2009. №11. – с. 10-14.

18. Корлюгов Ю.Ю., Романов А. Н. Маркетинг - М.: «Банки и биржи», 2012. – 558 с.

19. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: «Има-Кросс Плюс», 2009. – 702 с.

20. Матанцев А. Н. Эффективность рекламы– М.: Финпресс. – 2002. – 413 с.

21. Перепелица В.В. Как сделать рекламу эффективной или как стать известным – Ростов н / Д.: Феникс; М.: Зевс, 2009. – 283 с.

22. Платонов В.Н. Организация рекламной деятельности: Учеб. пособие. – Мн.: БГЭУ, 2006. – 127 с.

23. Рекламная деятельность: Конспект лекций: Пособие для подготовки к экзаменам / Авт.-сост. А.А. Оганесян. – М.: ПРИОР, 2002. – 161 с.

24. Рекламная деятельность: Учебник для вузов / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, Т.К. Серегина, В.Г. Шахурин. - 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Маркетинг, 2009. – 362 с.
25. Ромат Е.В. Реклама: Учебное пособие (ИСИО Украины; Высш. школа предпринимательства) – Киев: ХГАТОП, 2006. – 224 с.
26. Старобинский Э.Е. Самоучитель по рекламе. - 6-е изд., перераб. И доп. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2010. – 352 с.
27. Темпорал П., Тротт М. Роман с покупателем: Управление взаимоотношениями с покупателями как способ максимального увеличения стоимости торговой марки – СПб. Литер Бук, 2012. – 215 с.
28. Тихоновский В.Г. Реклама и основы декорирования: Учебник для сред. ПТУ - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Высш. школа, 2007. – 159 с.
29. Хромов Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика – Петрозаводск: «Фониум», 2004. – 308 с.
30. Чуясов В. В ожидании больших бюджетов на рекламном рынке – есть всё кроме денег // Интернет - бизнес. 2002. №3. – с. 3-4.
31. Шубенков П.Н. Организация работы по рекламной деятельности // Маркетинг и идеи. – 2009. – № 4. – С. 36.
32. Эванс Джозель Р. Маркетинг – М.: «Экономика», 2011. – 335 с
33. Яшева П.А. Планирование рекламной деятельности на основе оптимизационных моделей // Белорусский экономический журнал. 2010. №3. – с. 74-79
34. Багиев, Г.Л., Тарасевич, В.М., Анн, Х. Маркетинг: Учебник для вузов / Под общей ред. Багиева Г.Л. - М.: Экономика», 2017. - 703 с.
35. Барановский, С.И., Лагодич, Л.В. Стратегический маркетинг: учеб. пособие для студентов по специальности «Маркетинг» учреждений, обеспечивающих получение высш. образования / С.И. Барановский, Л.В. Лагодич. - Мн.: ИВЦ Минфина, 2013. - 299 с.
36. Беляцкий, Н.П. Управление человеческими ресурсами (HRM). Уч.- метод, пособие / Н. П.Беляцкий. — Мн.: ФУАинформ, 2015. - 320 с.
37. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков / И.С. Березин. – М.: Русская Деловая Литература, 2016. – 416 с.
38. Вайсман, А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху / А. Вайсман. М.: Экономика, 2015. – 720 с.
39. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. — Мн.: Выш. шк., 2015. – 352 с.
40. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. — 3-е изд. / О.С. Виханский, А.И. Наумов. — М.: Гардарики, 2012. - 528 с.
41. Вишняков, В.А. Информационный менеджмент. В 8 ч. Ч.2.: Основы информационных технологий в управлении / В.А. Вишняков. – Минск: Изд-во МИУ, 2015. – 256 с.
42. Вишняков, В.А. Информационный менеджмент: В 8 ч. Ч. 4. Основы электронного бизнеса и коммерции / В.А. Вишняков. – Минск: Изд-во МИУ, 2014. – 152 с.

43. Голубков, Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры / Е.П. Голубков. – М.: Дело, 2011. - 188 с.
44. Гончаров, В.И. Управление проектами. Учебно-методический комплекс / В.И. Гончаров, Н.В. Шинкевич. - Мн.: Изд-во МИУ, 2013.- 244 с.
45. Гончаров, В. И. Менеджмент предприятия. В 2 ч. Ч. 1 / В.И. Гончаров -Мн.: Изд-во МИУ, 2014. - 244 с.
46. Гончаров В.И. Менеджмент: Учеб. пособие / В.И. Гончаров. — Мн.: Мисанта, 2013. - 624 с.
47. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: Учебник. — 3-е изд., перераб. и доп. / Е.П. Голубков. - М.: Издательство «Фин-пресс», 2015. - 496 с.
48. Джоббер, Д. Принципы и практика маркетинга / Д.Джоббер- М: Вильямс, 2014. - 680 с.
49. Дихтль, Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Учеб. пособие / Перуб. с нем. А.М. Макарова; - М.: Высшая школа, 2015. - 420 с.
50. Дурович , А.П. Основы маркетинга: Учеб. пособие / А.П. Дурович. — М: Новое знание, 2014. - 512 с.
51. Дэниел, Эйморуб. Электронный бизнес: эволюция и/или революция / Дэниел, Эймор - М: Вильямс, 2015. – 752 с.
52. Емельянова, Т.В. Ценообразование: учеб, пособие / Т. В. Емельянова. — Мн.: Выш. шк., 2016. - 255 с.
53. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов / А.Т. Зуб. — М.: Аспект Пресс, 2012. - 415 с.
54. Ильющенко, Е.В. Маркетинг на предприятии / Е.В. Ильющенко. — Минск: «Экоперспектива», 2014. — 208 с.
55. Информационные технологии в бизнесе / Под ред. М. Желены. – Санкт Петербург: Питер, 2012. – 1120 с.
56. Климченя, Л.С. Электронная коммерция: Учеб. пособие / Л.С. Климченя. – Минск: Выш. шк., 2014. – 191 с.
57. Кобелев, О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие / под ред. С.В. Пирогова. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 684 с.
58. Крюгер, Вольфганг. Руководство командой / Вольфганг Крюгер; [перуб. с нем. Зись Е.А.]. — М.: Изд-во ОМЕГА-Л, 2016. - 118 с.
59. Лобан, Л.А. Экономика предприятия : учеб.-метод, пособие. - 2-е изд., / Л.А. Лобан. - Мн.: МГЭИ, 2015. - 280 с.
60. Лобан, Л. А., Пыко, В.Т. Экономика предприятия: учебный комплекс /Л. А. Лобан, В.Т. Пыко. - Мн.: Мисанта, 2016. - 264 с.
61. Маркетинг: общий курс: учеб, пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика» / под ред. Н.Я. Колюжной, А.Я. Якобсона. — М.: Изд-во Омега-Л, 2016. 476 с.
62. Маркетинг менеджмент. 11-е изд. / Ф. Котлеруб. — СПб.: Питер, 2014. - 800 с.