

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
И.о. заведующего кафедрой
Л.В. Гринцевич
«19» 06 2019 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ
«Совершенствование рекламной деятельности
ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч»

Специальность 1 – 25 01 07 «Экономика и управление на предприятии»
Специализация 1 – 25 01 07 04 «Экономика и управление в рекламной деятельности»

Обучающийся
группы 10502215

А.Д. Гвоздева
(подпись, дата) А.Д. Гвоздева

Руководитель

М.А. Смолярова
(подпись, дата) М.А. Смолярова
канд. экон. наук, доцент

Консультанты:

по организационно-
экономическим вопросам

М.А. Смолярова
(подпись, дата) М.А. Смолярова
канд. экон. наук, доцент

по организации
внешнеэкономической деятельности

Н.П. Буланова
(подпись, дата) Н.П. Буланова

по конструкторско-
технологическим вопросам

А.А. Заболотец
(подпись, дата) А.А. Заболотец

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ

Б.М. Астрахан
(подпись, дата) Б.М. Астрахан
канд. техн. наук, доцент

по охране труда

А.А. Снарский
(подпись, дата) А.А. Снарский

Ответственный за нормоконтроль

Т.К. Савко
(подпись, дата) Т.К. Савко

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 215 страниц
графическая часть – 16 листов
магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 215 с., 53 рис., 52 табл., 28 источника, 5 прил.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, РЕКЛАМА, ПОТРЕБИТЕЛЬ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ВЫРУЧКА.

Объектом исследования является открытое акционерное общество «Кондитерская фабрика «Слодыч».

Предметом исследования является место и роль рекламы в маркетинговой деятельности предприятия.

Цель работы – совершенствование рекламной деятельности ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч».

В процессе работы выполнены следующие исследования:

- проведен анализ экономических показателей предприятия;
- проведен анализ конкурентной среды предприятия;
- выявлены проблемы в маркетинговой деятельности предприятия.

Элементами практической значимости полученных результатов является изучение видов и форм маркетинговой деятельности, рекомендации по ее совершенствованию.

В ходе дипломного проектирования прошли апробацию такие предложения как разработка и внедрение CRM-системы, размещение рекламы на мониторах в вагонах метро, а также разработка SMM-стратегии.

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- Акулич, И.Л. Маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич. – Минск: Выш.шк., 2009. – 511 с.
- Амблер, Т. Практический маркетинг: пер. с англ. / Т. Амблер. – Питер: Питер принт, 2006. – 393 с.
- Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегии: учебник: пер. с англ. / Г. Ассэль. – М.: Инфра-М, 2011. – 803 с.
- Багиев, Г. Л. Промышленный маркетинг: учеб. пособие / Г. Л. Багиев, О. У. Юлдашева. – СПб.: С.-Петербург. ун-т экономики и финансов, 2014. – 273 с.
- Барановский, С. И. Особенности управления маркетингом на предприятиях / С. И. Барановский // Тр. Белорус. гос. технол. ун-та. Сер. 7, Экономика и упр. – 2010. – Вып. 18. – С. 199–202.
- Барышев, А. Ф. Маркетинг: учебник / А. Ф. Барышев. – М.: Академия, 2012. – 324 с.
- Беларусь в цифрах: стат. справ. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь; редкол.: И. В. Медведева. [и др.]. – Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2015. – 75 с.
- Беляев, В. И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В. И. Беляев. – М.: КНОРУС, 2005. – 672 с.
- Березин, И. С. Маркетинговый анализ: учеб. пособие / И. С. Березин. – М.: Вершина, 2010. – 480 с.
- Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. – Минск: Белорус. гос. технол. ун-т, 2012. – 306 с.
- Бурцева, Т. В. Управление маркетингом: учеб. пособие / Т. В. Бурцева. – М.: Экономистъ, 2008. – 268 с.
- Видяпин, В. И. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник / В. И. Видяпин. – М.: Инфра-М, 2008. – 615 с.
- Голубкова, Е. Н. Комплекс маркетинговых коммуникаций / Е. Н. Голубкова, И. П. Широченская // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – № 6. – С. 105–120.
- Грузинов, В. П. Схема маркетинговой деятельности: учеб. пособие / В. П. Грузинов. – М.: Инфра-М, 2013. – 152 с.
- Гэнри, А. Маркетинг: принципы и стратегии: учебник: пер. с англ. / А. Гэнри. – М.: Инфра-М, 2011. – 538 с.
- Диксон, П. Р. Управление маркетингом: пер. с англ. / П. Р. Диксон. – М. БИНОМ, 1998. – 560 с.
- Дойль, П. Маркетинг, менеджмент и стратегии: пер. с англ. / П. Дойль, Ф. Штерн. – 4-е изд. – СПб. [и др.] - Питер: Питер принт, 2007. – 544 с.
- Дурович, А. П. Основы маркетинга: учебник / А. П. Дурович. – М.: Новое знание, 2008. – 512 с.
- Елина, О. Маркетинговые ходы / О. Елина // Продукт.by. – 2012. – № 4. – С. 34–35.

- Емельянова, Т. В. Экономика общественного питания: учебник / Т. В. Емельянова, В. П. Кравченко. – Минск: Выш. шк., 2010. – 383 с.
- Жирнова, Д. Б. Создание эффективной системы интегрированных маркетинговых коммуникаций / Д. Б. Жирнова // Маркетинговые коммуникации. – 2015. – № 1. – С. 34–41.
- Жудро, М. М. Маркетинговая стратегия оптимизации экономических интересов предприятий / М. М. Жудро // Проблемы экономики: сб. науч. тр. / Белорус.с.-х. акад. – Минск, 2010. – Вып. 2. – С. 39–47.
- Ивашкова, Н. И. Управление маркетингом: учебник / Н. И. Ивашкова. – М.: Форум, 2010. – 176 с.
- Ильющенко, Е. В. Маркетинг на предприятии: учеб. пособие / Е. В. Ильющенко. – Минск: Экоперспектива, 2009. – 207 с.
- Калинина, А. П. Комплексный экономический анализ предприятия: учебник / А. П. Калинина. – СПб. : Питер Пресс, 2009. – 569 с.
- Карпович, В. Ф. Организация управления системой маркетинговых коммуникаций предприятий в новых условиях хозяйствования / В. Ф. Карпович. – Минск, 2009. – 230 с.
- Кеворков, В. В. Политика и практика маркетинга на предприятии / В. В. Кеворков, С. В. Леонтьев. – М.: Юнити, 2008. – 290 с.
- Кобяк, О. В. Маркетинговая ориентация белорусских предприятий: социологический анализ / О. В. Кобяк, Г. В. Рощиненко. – Минск: Право и экономика, 2005. – 112 с.
- Ковалев, А. И. Современные тенденции развития маркетинга / А. И. Ковалев, Е. П. Голубков. – М.: Банки и биржи, 2008. – 320 с.
- Коротков, А. В. Управление маркетингом: учеб. пособие / А. В. Коротков. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 428 с.
- Котлер, Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер. – М. [и др.]: Вильямс, 2007. – 1199 с.
- Логацкая, А. Маркетинговая стратегия как инструмент борьбы с экономическим спадом / А. Логацкая // Маркетинг: идеи и технологии. – 2014. – № 7. – С. 10–13.
- Маркетинговый план ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» на 2016 год.
- Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации / А. А. Романов, А. В. Панько. – М.: Эксмо, 2006. – 426 с.
- Соловьев, Б. А. Маркетинг: учебник / Ю. А. Соловьев. – М.: Инфра-М, 2011. – 335 с.
- Хруцкий, В. Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 423 с.
- Черняховская, Т. Н. Маркетинговая деятельность предприятия: учеб. пособие / Т. Н. Черняховская. – М.: Высш. образование, 2012. – 533 с.
- Шведенко, В. В. Маркетинговая концепция: учебник / В. В. Шведенко, А. И. Тяжов. – М.: Юнити-Дана, 2007. – 380 с.