

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ

И.о. заведующего кафедрой

Л.В. Гринцевич

«20» 06 2019 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

«Маркетинговая деятельность ОАО «МТЗ»: оценка эффективности и
пути совершенствования»

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

В.Р. Караник
01.06.19
(подпись, дата)

В.Р. Караник

Руководитель

Т.К. Савко
20.06.19
(подпись, дата)

Т.К. Савко

Консультанты:

по организационно-
экономическим вопросам

Т.К. Савко
20.06.19
(подпись, дата)

Т.К. Савко

по организации
внешнеэкономической
деятельности

Н.П. Буланова
10.06.19
(подпись, дата)

Н.П. Буланова

по конструкторско-
технологическим вопросам

А.А. Заболотец
10.06.19
(подпись, дата)

А.А. Заболотец

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ

Б.М. Астрахан
11.06.19
(подпись, дата)

Б.М. Астрахан
канд. техн. наук, доцент

по охране труда

А.А. Снарский
10.06.19
(подпись, дата)

А.А. Снарский

Ответственный за нормоконтроль

Т.К. Савко
20.06.19
(подпись, дата)

Т.К. Савко

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 214 страниц

графическая часть – 13 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 214 с., 32 рис., 46 табл., 30 источника, 7 прил.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: РЕКЛАМА, СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РОСТ ПРИБЫЛИ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.

Объектом исследования является маркетинговая деятельность ОАО «Минский тракторный завод»

Цель работы – совершенствование маркетинговой деятельности на примере ОАО «Минский тракторный завод». Учитывая результаты исследований разработать мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

В процессе работы выполнены следующие исследования:

- проведен анализ экономических показателей предприятия;
- проведен анализ структуры работников предприятия;
- выявлены проблемы на предприятии в сфере рекламной

деятельности.

Элементами практической значимости полученных результатов является изучение видов и форм рекламы, рекомендации по совершенствованию рекламной деятельности предприятия.

В ходе дипломного проектирования были предложены такие предложения, как внедрение мероприятий по совершенствованию рекламной деятельности предприятия, совершенствование сайта ОАО «Минский тракторный завод», рассылка писем по e-mail.

Результатами внедрения является совершенствование маркетинговой деятельности ОАО «Минский тракторный завод», внедрение мероприятий для увеличения прибыли.

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 ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Карлоф, Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы / Пер. с англ. О. Горина. – М. : Экономика, 2007. – 239 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. М. Ростинтер. 2009. – 704 с.
3. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с англ. под ред. С. Божук. – СПб.: Питер, 2007. – 156 с.
4. Запасы на складах столичных предприятий [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://minsknews.by/zapasyi-na-skladah-stolichnyih-predpriyatiy-prodolzhayut-sokrashhatsya/> - Дата доступа : 11.03.2019
5. Говоров, Н. Конкурентоспособность – основной фактор развития современной экономики / Н. Говоров // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 4. – С. 24–29.
6. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М. : Экон. наука, 2016. – 210 с.
7. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://belstat.gov.by/> - Дата доступа : 10.02.2019
8. Руткевич, Е. Особенности использования концепции маркетинга в управлении предприятиями Республики Беларусь / Е. Руткевич // Молодой ученый. – 2015. – № 2. – С. 309–315.
9. Словарь «Записки маркетолога» [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s - Дата доступа : 24.02.2019
10. Игра престолов: как отработали запуск нового сезона культового сериала белорусские компании [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://marketing.by/mnenie/igra-prestolov-kak-otrabotali-zapusk-novogo-sezona-kultovogo-seriala-belaruskie-kompanii> - Дата доступа : 27.02.2019
11. Ситуативный маркетинг: как сделать PR на всеобщей истерии [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://1ps.ru/blog/ctr/2016/situativnyij-marketing-kak-sdelat-pr-na-vseobshhej-isterii__ - Дата доступа : 25.02.2019
12. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер. – СПб. : Питер, 2011. – 213 с.
13. Ситуативный маркетинг, кейсы о не случайном маркетинге [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.marketch.ru/marketing_marginalia/situativnyu_marketing_case - Дата доступа : 25.02.2019
14. Завгородняя, А. Маркетинг: методы и процедуры / А. Завгородняя. – Л. : Изд-во ЛФЭИ, 2010 – 113 с.
15. Показатели финансовой устойчивости предприятия [Электронный ресурс] – Минск, 2014-2017. – Электронная библиотека. – Режим доступа: http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/fin_koefitcienti/analiz_finansovoj_ustojchivosti - Дата доступа : 06.03.2019

- Карпеко, О. Планирование производственного ассортимента продукции Карпенко. — Мн. : БГЭУ, 2012. — 49 с.
- Балашенко, В. Основы экономики промышленного предприятия / В. Балашенко. — Мн.: Беларуская навука, 2009. — 160 с.
- Волконогова, О. Стратегический менеджмент / О. Волконогова. — М. : Изд-во Инфра-М, 2014. — 256 с.
- Золотогоров, В. Организация и планирование производства / В. Золотогоров. — Мн. : ФУАинформ, 2013. — 528 с.
- Раицкий, К. Экономика предприятия / К. Раицкий. — М. : «Дашков и партнеры», 2015. — 1012 с.
- Савицкая, Г. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. Савицкая. — Мн. : Новое знание, 2014. — 704 с.
- Волков, В. Экономика предприятия / В. Волков. — М. : Новое знание, 2014. — 672 с.
- Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 006-09. — «Профессии рабочих и должности служащих». — Утв. постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 10.10.2009, № 125 (с изм. и доп.) — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.dogma.by/index.php?newsid=4882> — Дата доступа : 12.04.2019
- Голубков, Е. Основы маркетинга / Е. Голубков. — М. : Дело и сервис, 2009. — 656 с.
- Грищенко, И. Ценовая политика в маркетинге: учеб. пособие / И. Грищенко. — Гомель : БГЭУ, 2010. — 89 с.
- Дурович, А. Основы маркетинга: учеб. пособие / А. Дурович. — Мн. : Новое знание, 2012. — 519 с.
- Дурович, А. Практика маркетинговых исследований. В 2 кн. Кн. 1. Основные концепции и методы / А. Дурович. — Мн.: изд-во Гревцова, 2008. — 166 с.
- Дурович, А. Практика маркетинговых исследований. В 2 кн. Кн. 2. Рынок. Товары. Конкуренты. Потребители. Коммуникации / А. Дурович. — Мн. : изд-во Гревцова, 2008. — 400 с.
- Васильева, Н. Формирование цены в рыночных условиях / Н. Васильева. — М. : Бизнес-школа «Интел-синтез», 2012. — 61 с.
- Малашенко, Н. Маркетинг на потребительском рынке: учеб. пособие для вузов / Н. Малашенко. — М. : Омега-Л, 2010. — 207 с.