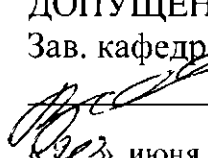


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько

«22» июня 2019 г.


ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

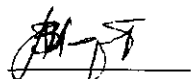
Специальность 1-26 02 02 «Менеджмент»

Направление 1-26 02 02 05 «Международный менеджмент»

Студент Группа
группы 10801215


 Р. Чарьев

Руководитель –
ст. преподаватель

 В.Ф. Морозов

Консультанты:

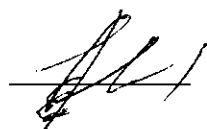
по экономической части –
ст. преподаватель

 В.Ф. Морозов

по технологической части –
доцент

 О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль
преподаватель

 М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 92 страницы;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 92 страницы, 17 рисунков и схем, 18 таблиц,
37 использованных источников

МАРКЕТИНГ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, МОНИТОРИНГ, СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА, НОВЫЕ РЫНКИ

Цель дипломной работы – совершенствование маркетинговой стратегии промышленного предприятия.

База исследования – предприятие АТП «Белагропромтранс».

Задачи дипломного исследования:

1. Исследование теоретических основ управления маркетинговой деятельностью предприятия;
2. Организация производственной и управление маркетинговой деятельностью на АТП «Белагропромтранс»;
3. Разработка Программы совершенствования управлением маркетинговой деятельностью на АТП «Белагропромтранс»;
4. Разработка технологии реализации предложенной Программы.

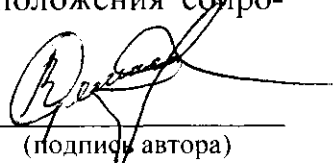
В работе использовались **методы исследования**: аналитические, статистические, синтетические, матричные, сравнения, анкетирования, наблюдения, интервьюирования, оценки финансового состояния, экспертных оценок, моделирования ситуации, комплексный анализ проблемы и др.

Элементом новизны полученных результатов является: исследование теоретических основ управления маркетинговой деятельностью предприятия, анализ современных теорий маркетинговой деятельности, исследование путей улучшения управлением маркетинговой деятельностью предприятия.

Проведен анализ производственно-экономической деятельности и управления маркетинговой деятельностью предприятия «Белагропромтранс».

Возможное **практическое применение** полученных результатов – на предприятии «Белагропромтранс» и других промышленных предприятиях.

Автор подтверждает, что приведенный в работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние базы исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон Республики Беларусь «О рекламе». – Минск, 2007.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич; 2-е изд. – Минск, 2002. – 447 с.
3. Алексунина, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.А. Алексунина. – М.: Маркетинг, 2004. – 516 с.
4. Амблер, Т. Практический маркетинг: монография / Т. Амблер. – СПб.: Питер, 2009. – 320с.
5. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учеб. пособие / Г.Н. Багиев – М.: Экономика, 2003. – 703 с.
6. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – М., 2005. – 672 с.
7. Блэкуэлл, Д. Поведение потребителей: учеб. пособие / Д. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. – 9-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 624 с.
8. Ващекина, Н.П. Маркетинг: учебник / Н.П. Ващекина. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. – 312 с.
9. Верников, Г.М. Маркетинговые коммуникации – современный инструмент управления бизнесом: учебник / Г.М. Верников. – М.: МИНХ, 2009. – 156 с.
10. Володько, В.Ф. Организация производства и управление предприятием: учеб. пособие / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, 2017. – 493 с.
11. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учеб. пособие / В.Ф. Володько. – 3-е изд. – Минск: АiВ, 2010. – 304 с.
12. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования. Теория, методология и практика: учебник / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 2000. – 510 с.
13. Данько, Т.П. Управление маркетингом: учеб. пособие / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 349 с.
14. Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи: учебник / А. Дейян; пер. с англ. – М.: Прогресс, 2003. – 190 с.
15. Дибб, С. Практическое руководство по сегментированию рынка / С.Дибб; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
16. Дойль, П. Маркетинг, ориентированный на стоимость: монография / П. Дойль. – СПб.: Питер, 2001. – 309 с.
17. Завьялов, П.С. Формула успеха: маркетинг. Учебник / П.С. Завьялов. – М.: Междунар. отношения, 2002. – 387 с.
18. Картер, Г. Эффективная реклама: Путеводитель для малого бизнеса / Г.Картер; под общ. ред. Е.М. Пеньковой. – М. 2001. – 244 с.
19. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер; пер. с англ. – М.: АСТ, 2000. – 272 с.

20. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003. – 800 с.
21. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: учеб. пособие./ Ф. Котлер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. – 656 с.
22. Крэнделл, Р. 1001 способ успешного маркетинга, даже если вы ненавидите продавать / Р. Крэнделл; пер. с англ. – М.: Фаир-Пресс, 2001. – 496 с.
23. Крылова, Г.Д. Маркетинг. Теория и практика: учебник / Г.Д. Крылова. М.И. Соколова. – М., 2004. – 655 с.
24. Манн, И. Маркетинг на 100%. / И. Манн; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003. – 240 с.
25. Маркетинг / Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – СПб., 2005. – 736 с.
26. Маслова, Т.Д. Маркетинг / Т.Д. Маслова, Л.Н Ковалик, С.Г. Божук. – СПб., 2001. – 320 с.
27. Матанцев, А.Н. Стратегия, тактика и практика маркетинга / А.Н. Матанцев. – М., 2002. – 378 с.
28. Медведев, П.М. Организация маркетинговой службы с нуля: учебник / П.М. Медведев. – СПб.: Питер, 2005. – 224 с.
29. Миллер, С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом / С. Миллер; пер. с англ. – М., 1998. – 112 с.
30. Минетт, С. Промышленный маркетинг: принципиально новый подход к решению маркетинговых задач / С. Минетт; пер. с англ. – М., 2003. – 208 с.
31. Михолап, С.В. Выставки-ярмарки как инструмент маркетинга С.В. Михолап, И.В. Махоркина. – Минск, 2000. – 128 с.
32. Ноздрева, Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке: учеб. пособие Р.Б.Ноздрева – М.: Финансы и статистика, 2001. – 345 с.
33. Паттен, Д. Успешный маркетинг для малого бизнеса / Д. Паттен; пер. с англ. – М., 2003. – 368 с.
34. Родин, В.Г. Основы маркетинга: метод. пособие / В.Г. Родин – М., 2002. – 328 с.
35. Романова, А.Н. Маркетинг: учебник / А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 410 с.
36. Бухгалтерский баланс АТП «Белагропромтранс» за 2016-2018 годы.
37. Отчет о маркетинговой и сбытовой деятельности АТП «Белагропромтранс» за 2016-2018 годы.