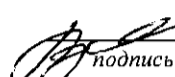


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, профессор

В.Ф. Володько


подпись

«24» 06 2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ ТОВАРОВ НА ТОРГОВОМ
ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ОЗОН РЕТЭЙЛ»)**

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление специальности 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент группы 10801215


подпись

Никодимов Е.С.

Руководитель
(ст. преподаватель)


подпись

Семашко Ю.В.

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(ст. преподаватель)


подпись

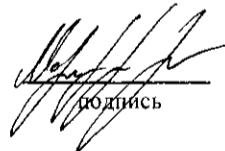
Семашко Ю.В.

по технологической части
(доцент)


подпись

Володько О.М.

Ответственный за нормоконтроль


подпись

Громова М. А.

Объем работы:
дипломная работа – 89 страниц;
графическая часть – 8 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 88 стр., 10 рисунков, 20 таблиц,
35 использованных источников

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАРКЕТИНГ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТНОСТИ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Цель дипломной работы – установление путей и разработка практических рекомендаций по повышению сбытовой деятельности предприятия.

Объект дипломного исследования – сеть магазинов DeFacto в Беларуси ООО «Озон Ретэйл».

Задачи дипломного исследования:

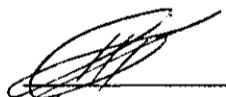
1. Исследовать сущность, факторы влияния и способы улучшения сбыта предприятия;
2. Провести анализ хозяйственной деятельности и состояния сбытовой деятельности ООО «Озон Ретэйл»;
3. Разработать Программу повышения сбытовой деятельности ООО «Озон Ретэйл», и произвести расчет ее экономической эффективности;
4. Разработать технологию реализации предлагаемой Программы.

При проведении исследования использовались финансовый анализ, SWOT-анализ, также был применен комплексный подход к определению позиции данного предприятия на сегменте рынка.

Элементом новизны полученных результатов является переориентация персонала предприятия на конкурентно-маркетинговый образ мышления, который активно влияет на повышение сбыта на предприятии в целом.

Область возможного практического применения результатов – рознично-торговое предприятие.

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


(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Баркан Д.И. Управление сбытом: учеб. пособие / Д.И. Баркан. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2010.
2. Браун К. Практическое пособие по стимулированию сбыта / К. Браун. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ Контакт»; ИНФРА-М, 2013.
3. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление / Т.А. Гайдаенко. – 3 – е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2015.
4. Голубин Е.В. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта. – М.: Вершина, 2014.
5. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. 2-ое изд., перераб. и доп. – М.: Финпресс, 2013.
6. Давыдова Л. А. Экономика и управление предприятием. Основы немецкой теории Betriebswirtschaftslehre, адаптированной для применения в России: учеб. пособие / Л.А. Давыдова, В.К. Фальцман. – М.: Финансы и статистика, 2010.
7. Демина Н.В. Содержание и методология исследования потребителей и потребительского поведения / Н.В. Демина // В сборнике: Проблемы регионального развития России: экономико – правовые аспекты. Материалы межвузовской научно – практической конференции. Ответственный редактор: С.Г. Килинкарлова. 2012.
8. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
9. Дубровин, И.А. Экономика и организация производства: учеб. пособие. М.: Дашков и К, 2015.
10. Зуйченко К. В., Жарикова О. А. Совершенствование системы управления сбытом продукции на предприятиях общественного питания // Молодой ученый. – 2016. – №11.1.
11. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами: учеб. пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
12. Коргова М.А. К вопросу об ограничениях системы управления / М.А. Коргова, А.А. Кипа // Социально – гуманитарные знания. 2016. № 11.
13. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. – СПб.: Питер, 2015.
14. Ланкастер Д. Организация сбыта; Пер. с англ. / Д. Ланкастер, Д.М. Джоббер. – Минск: Амалфея, 2010.
15. Ляпунов А.Д. Формирование и оптимизация системы сбыта на основе системного анализа / А.Д. Ляпунов // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2015.
16. Захарова, Ю.А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж: практ. пособие / Ю.А. Захарова. – М.: Дашков и К, 2011.
17. Захарова, Ю.А. Стратегии продвижения товаров / Ю.А. Захарова. – 2-е изд.– М.: Дашков и К⁰, 2017. – 158 с.

18. Ричард Отт. Создавая спрос. Эффективные советы и рекомендации по маркетингу ваших товаров и услуг/Перевод с англ. М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1997.
19. Мокрецова Л.А., Швец Н.А. Управление разработкой и реализацией студенческих международных и телекоммуникационных проектов: теория и практика: монография. – М.: Компания Спутник+, 2011.
20. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта: учеб. пособие; Под научной редакцией проф. Г.Л. Багиева / В.Н. Наумов. – СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2013.
21. Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации: учеб.-практ. пособие / Е.И. Мазилкина. – М.: Дашков и К⁰, 2014. – 288 с.
22. Попова Т.Д. Современные методы управления процессом сбыта (продаж) организации / Т.Д. Попова // Actualscience. – 2016. – Т. 1. – №4 (4).
23. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник. – М.: Инфра-М., 2014.
24. Посевина А. Ю. Стимулирование сбыта как основной элемент маркетинговых коммуникаций // Молодой ученый. – 2016. – №2.
25. Практическое руководство по управлению сбытом / под ред. Ф.А. Крутикова. М.: Экономика, 2012.
26. Промышленная логистика. Логистико-ориентированное управление организационно-экономической устойчивостью промышленных предприятий в рыночной среде / Под ред. А.А.Колобова. М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э.Баумана, 2011.
27. Нуралиев, С.У. Маркетинг: учебник / Д.С. Нуралиева, С.У. Нуралиев. – М.: Дашков и К⁰, 2014. – 362 с.
28. Основы маркетинга: учеб. пособие / Г.А. Васильев, Н.Д. Эриашвили, Н.А. Нагапетьянц. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
29. Секерин В.Д. Практический маркетинг в России: учеб.-практ. пособие. – М.: Бизнес-школа, Интел-синтез, 2012.
30. Шальнова, О.А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: учеб. пособие / О. А. Шальнова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 107 с.
31. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник. – М.: Инфра-М, 2016.
32. Чардымский, М.Г. Разработка плана продвижения товаров / М.Г. Чардымский // Вопросы экономических наук. – 2016. – №3.
33. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие – М.: Финансы и статистика, 2015.
34. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.П. Половцева. -2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.
35. Управление снабжением и сбытом организации: учеб. пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017.