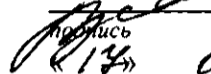


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой профессор

В.Ф.Володько


«14» 06 2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ УП «ОНЛАЙН»))»

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Специализация 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-административный)

Студент 30801114
группы


подпись

В.В. Бажко

Руководитель
(ст. преподаватель)


подпись

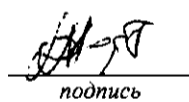
Н.Г. Аснович

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


подпись

Н.Г. Аснович

по технологической части
(ст. преподаватель)


подпись

В.Ф. Морозов

Ответственный за нормоконтроль


подпись

А.В. Краюшкина

Объем работы:

дипломная работа – 91 страница;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 91 страница, 11 рисунков и схем, 25 таблиц,
34 использованных источника

МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цель дипломной работы – совершенствование маркетинговой стратегии предприятия с целью повышения сбыта.

Объект дипломного исследования – УП «Онлайн».

Задачи дипломного исследования:

1. Раскрыть теоретические основы маркетинговой деятельности.
2. Исследовать маркетинговые стратегии и методы совершенствования.
3. Проанализировать состояние финансово-хозяйственной деятельности организации.
4. Проанализировать настоящую маркетинговую стратегию, применяемую в УП «Онлайн».
5. Разработать предложения по совершенствованию маркетинговой стратегии организации.
6. Предложить технологию реализации внесенных предложений.

В работе использовались методы исследования: аналитические, статистические, оценки финансового состояния, конкурентный анализ и др.

Элементом новизны полученных результатов является: анализ современных видов маркетинговых стратегий. Осуществление маркетинговой стратегии посредством внедрения рекламы и совершенствования веб-сайта организации. Организация этих мероприятий позволит УП «Онлайн» существенно увеличить финансовую устойчивость и повысить сбыт товаров и услуг.

Область возможного практического применения результатов – в УП «Онлайн» и других коммерческих предприятиях.

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. Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич; 7-ое издание – Минск, 2010. – 480 с.
2. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 285 с
3. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник для студентов вузов / В.И. Беляев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КноРус, 2010. – 676 с.
4. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. – Минск: БГТУ, 2012. – 306 с.
5. Брассингтон, Ф., Петтит, С. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтит. – М.: Бизнес Букс, 2014. – 536 с.
6. Васильев, Г.А. Рекламный маркетинг: учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 276 с.
7. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учеб. пособие / В.Ф. Володько. – 3-е изд. – Минск: АiВ, 2010. – 304 с.
8. Гапоненко, А.Л., Панкрухин, А.П. Стратегическое управление: учебник / А.Л.Гапоненко, А.П. Панкрухин, – М.: Омега-Л, 2004. – 472 с.
9. Голова, А.Г. Управление продажами: учебник / А.Г.Голова. - М.: Дашков и К, 2013. – 277 с.
10. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования. Теория, методология и практика: учебник / Е.П. Голубков – М.: Финпресс, 2009. – 416 с.
11. Губина, О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия/ О.В. Губина. – М.: Инфра-М, 2014. – 192 с.
12. Дипломная работа: методическое пособие по выполнению ДР / Под ред. В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, кафедра менеджмента, 2018.
13. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие / Л.А. Дробышева. – М.: Дашков и К, 2016. – 152 с.
14. Друкер, П.Ф. Энциклопедия менеджмента: Учебное пособие / П.Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2015. – 432 с.
15. Джей, Р. Малозатратный маркетинг / Р.Джей. – М.: СПб: Питер,2016. – 240 с.
16. Еремин, В.Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации: учебник / В.Н.Еремин. – М.:КноРус, 2014. – 648 с.
17. Ерохина, Л.И. Маркетинг в оптовой и розничной торговле / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова, Е.В. Романеева. – М.: КноРус,2016. – 248 с.
18. Зорина, Т.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Т.Г. Зорина, М.А.Слонимская. – Минск: БГЭУ, 2010. – 411 с

19. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для СПО / А. П. Карасев. – М.: Юрайт, 2016. – 323 с.
20. Кетова Н. П. Отраслевой маркетинг: стратегии, функции, приоритеты: учеб. пособие / Н. П. Кетова. – М.: Вузовская книга, 2012. – 320 с.
21. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. – М.: Вильямс, 2016. – 752 с.
22. Липсиц, И.В., Дымшиц, М.Н. Основы маркетинга: учебник / И.В Липсиц, М.Н. Дымшиц. – М.:Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.
23. Лукина, А.В. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Лукина. - М.: ИНФРА-М, 2010. – 224 с
24. Марцева, С.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебно-методический комплекс – БНТУ / С. В. Марцева. – БНТУ, 2017. – 97 с.
25. Маслова, Т.Д., Божук, С.Г., Ковалик, Л.Н. Маркетинг / Т.Д. Маслова, С.Г.Божук, Л.Н. Ковалик.– СПб: Питер, 2006. – 400 с.
26. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. – М.: Дашков и К, 2016. – 148 с.
27. Ноздрева, Р.Б. Маркетинг/ Р.Б. Ноздрева – М.: Аспект Пресс, 2016. – 446 с.
28. Панов А.И. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А.И. Панов – СПб: Питер, 2005. – 132 с.
29. Портер, М. Пять конкурентных сил, которые формируют стратегию / М.Портер; пер. с англ. – HarvardBusinessReview, 2008. – 86 с.
30. Сребник, Б.В. Маркетинг / Б.В. Сребник. – М.: Высшая школа, 2016. – 360 с.
31. Уткин, Э.А. Маркетинг / Э.А. Уткин. – М.: Эксмо, 2015. – 256 с.
32. Эванс, Дж.Р. Маркетинг / Дж.Р. Эванс, Б. Берман. – М.: Экономика, 2015. – 352 с.
33. Бухгалтерский баланс УП «Онлайн» за 2016-2018 годы.
34. Отчет о прибылях и убытках УП «Онлайн» за 2016-2017 годы.