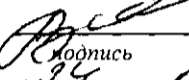


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой профессор
В.Ф. Володько

«26» 06 2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**


Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)
Специализация 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент 30801214
группы


Подпись

Лойко Ю.Г.

Руководитель
(профессор)


Подпись

Моисеенко Е.Г.

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(профессор)


Подпись

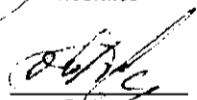
Моисеенко Е.Г.

по технологической части
(ст. преподаватель)


подпись

Морозов В.Ф.

Ответственный за нормоконтроль
(ст. преподаватель)


Подпись

Данильченко Т.В.

Объем работы:
дипломная работа – 90 страница;
графическая часть – 8 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 90 страниц, 3 рисунка, 13 таблиц, 39 использованный источник

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПЛАН МАРКЕТИНГА, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Объектом исследования является ОАО «БМЗ – управляющая компания холдинга «БМК».

Целью работы является разработка мероприятий в области повышения эффективности стратегического маркетингового планирования в ОАО «БМЗ – управляющая компания холдинга «БМК».

В процессе работы выполнены следующие исследования (разработки): изучены теоретические основы маркетинговой деятельности предприятия, проведена комплексная оценка маркетинговой деятельности ОАО «БМЗ – управляющая компания холдинга «БМК», определены основные мероприятия в области повышения эффективности стратегического маркетингового планирования, предложены технологии реализации предложенных мероприятий.

Элементом научной новизны полученных результатов является предложение мероприятий по повышению эффективности стратегического маркетингового планирования в ОАО «БМЗ – управляющая компания холдинга «БМК».

Областью возможного практического применения является маркетинговая деятельность ОАО «БМЗ – управляющая компания холдинга «БМК».

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


(подпись студента)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Антонов, В.Г. Концепция стратегического управления организацией / В.Г. Антонов, Г.В. Серебрякова // Маркетинг. – 2016. – № 3. – С. 107-124.
2. Басалыга, О.М. Маркетинг: инструкции для профессионалов / О.М. Басалыга, С.В. Глубокий, Н.В. Макаревич, Ю.В. Мацкевич, Н.М. Хохлова. – Минск: Промкомплекс, 2014. – 156 с.
3. Бун, Л. Современный маркетинг: учебник / Л. Бун, Д. Куртц. – М: Юнити-Дана, 2016. – 1039 с.
4. Вайсман, А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху / А. Вайсман пер. с нем. – М.: АО «Интерэксперт», Экономика, 2013. – 344 с.
5. Горбунов, Д. Управление стратегией организации / Д. Горбунов // Управление компанией. – 2015. – № 12. – С. 15-21
6. Зельцерман, К.Б. Что такое стратегия организации / К.Б. Зельцерман // Аксима: Консалт. – 2014. – № 77. – С. 41-45.
7. Индилов, Э.В. Разработка эффективной маркетинговой стратегии: комплексный подход / Э.В. Индилов, В.В. Синяев // Российское предпринимательство. – 2015. – № 10. – С. 33-38.
8. Катернюк, А.В. Основы современного маркетинга / А. В. Катернюк. – Ростов н/Д: Феникс, 2016. – 666 с.
9. Лапыгин, Ю.Н. Стратегическое развитие организации / Ю.Н. Лапыгин, Д.Ю. Лапыгин, Т.А. Лачина. – М.: КноРус, 2014. – 412 с.
10. Маркетинговая стратегия: курс МВА: пер. с англ. / О. Уолкер мл., Х. Бойд мл., Ж.-К. Ларше, Дж. Маллинз. – М.: Вершина, 2016. – 492 с.
11. Смеричевская, С.В. Стратегический маркетинг: учеб. пособие / С. В. Смеричевская. – Донецк: ДонГУЭТ, 2016. – 204 с.
12. Уткин, Э.А. Маркетинг / под. ред. проф Э.А. Уткина. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2013. – 320 с.
13. Чувакова, С.Г. Стратегический маркетинг / С. Г. Чуваков. – М.: Дашков и К., 2015. – 272 с.
14. Хлюпова, Е.И. Маркетинговое планирование на предприятии / Е.И. Хлюпова // Вестник Костромского государственного технологического университета. – 2018. – № 8. – С. 36-38.
15. Скуматова, О.А. Организация процесса планирования маркетинговой деятельности на предприятии / О.А. Скуматова // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2017. – № 28. – С. 80-81.
16. Шевченко, Д.А. Методика разработки стратегического планирования

- развития предприятий на базе маркетингового анализа / Д.А. Шевченко // Экономический журнал. – 2018. – № 4 (14). – С. 153-161.
17. Гулиев, Ф.В. Совершенствование стратегического маркетингового планирования на предприятиях промышленного комплекса / Ф.В. Гулиев // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 12-4 (41). – С. 455-460.
 18. Кормишкин, Д.В. Системный подход к организации стратегического планирования маркетинговой деятельности на предприятии / Д.В. Кормишкин // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 8 (49). – С. 942-946.
 19. Скуматова, О.А. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии в современных условиях хозяйствования / О.А. Скуматова // Вестник Полоцкого государственного университета. – 2017. – № 6. – С. 38-41.
 20. Трофименко, Е.Ю. Этапы маркетингового планирования на предприятиях / Е.Ю. Трофименко, Ю.А. Несмеянова // Торгово-экономические проблемы регионального бизнес пространства. – 2015. – № 1. – С. 311-314.
 21. Харченко, Н.П. Стратегические технологии моделирования маркетингового планирования на промышленном предприятии / Н.П. Харченко // Современные проблемы развития фундаментальных и прикладных наук. – 2016. – № 5. – С. 18-22.
 22. Волкова, А.Ю. Теоретические аспекты маркетингового планирования на предприятии / А.Ю. Волкова // Теория и практика приоритетных научных исследований. – 2018. – № 5. – С. 194-197.
 23. Санду, Ж.С. Маркетинговое планирование на предприятии / Ж.С. Санду // Практический маркетинг. – 2018. – № 6. – С. 268-271.
 24. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер. – 7-е изд. пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2015. – 496 с.
 25. Арутюнова, Д.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Д. В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2018. – 122 с.
 26. Бородушко, И.В., Васильева, Э.К. Стратегическое планирование и контроллинг: учебник для вузов / И.В. Бородушко, Э.К. Васильева. – СПб.: Питер, 2013. – 192 с.
 27. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2014. – 528 с.
 28. Горбунова, А.И. Стратегическое планирование: сущность, принципы и особенности / А.И. Горбунова, Н.И. Бабкина // Неделя науки СПбПУ. – 2015. – № 7. – С. 317-320.
 29. Горемыкин, В.А. Планирование на предприятии: учебник / В.А. Горемыкин. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2013. – 699 с.

30. Ибрагимова, З.А. Алгоритм разработки стратегического плана развития предприятий / З.А. Ибрагимова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2016. – № 3 (29). – С. 197-207.
31. Катькало, В.С. Эволюция теории стратегического управления / В.С. Катькало. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2014. – 548 с.
32. Киселев, А.А. Проблемы понимания сущности стратегического маркетингового планирования в отечественных организациях / А.А. Киселев // Международный академический вестник. – 2015. – № 2 (8). – С. 65-67.
33. Кунашева, З.А. Сущность стратегического планирования и управления / З.А. Кунашева // Наука, образование, инновации: апробация результатов исследований. – 2016. – № 9. – С. 168-169.
34. Лепихин, В.Ф. Объективная необходимость и сущность процесса стратегического планирования в маркетинге / В.Ф. Лепихин // Труды Университета. – 2017. – № 2. – С. 95-96.
35. Магданов, П.В. Сущность, цели и задачи стратегического маркетингового планирования на предприятии / П.В. Магданов // Стратегическое и проектное управление. – 2017. – № 4. – С. 84-96.
36. Малюкова, Е.С. Сущность и понятие стратегического планирования / Е.С. Малюкова // Синергия Наук. – 2018. – № 26. – С. 70-77.
37. Мягкова, Е.А. Стратегическое планирование: сущность, базовые категории и особенности / Е.А. Мягкова // Теория и практика мировой науки. –
38. Петров, В.В. Стратегическое управление: учебное пособие / В.В. Петров. – Саратов: СГТУ, 2014. – 288 с.
39. Соловьева, О.В. Понятие и сущность стратегического планирования в предпринимательской деятельности / О.В. Соловьева // Экономическое развитие: тенденции, перспективы. – 2016. – № 12. – С. 169-174.