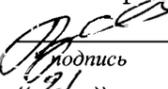


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

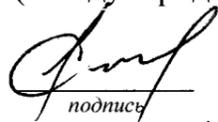
ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, профессор
В.Ф.Володько

«21» _____ 2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА В СИСТЕМЕ
РЕАЛИЗАЦИИ СТРАХОВЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ
РДУСП «СТРАВИТА»)**

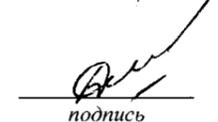
Специальность 1-26 02 02 Менеджмент» (по направлениям)
Специализация 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент 30801214
группы


подпись

Ровдо Д.В.

Руководитель
(ст. преподаватель)


подпись

Дерябина В.А.

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


подпись

Дерябина В.А.

по технологической части
(ст. преподаватель)


подпись

Морозов В.Ф.

Ответственный за нормоконтроль
(ст. преподаватель)


подпись

Данильченко Т.В.

Объем работы:
дипломная работа – 117 страницы;
графическая часть – 10 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 117 стр., 18 рисунков и схем, 15 таблиц,
36 использованных источников

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА, МАРКЕТИНГОВАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТОЛОГ

Цель дипломной работы – разработка практических рекомендаций по оптимизации маркетинговой политики РДУСП «Стравита».

Объект дипломного исследования – предприятие по страхованию жизни и пенсии РДУСП «Стравита».

Задачи дипломного исследования:

1. Исследовать экономическую сущность маркетинговой политики.
2. Провести анализ о финансовой устойчивости предприятия и маркетинговой политики РДУСП «Стравита».
3. Разработать пути оптимизации маркетинговой политики РДУСП «Стравита» и произвести расчет финансовой устойчивости.
4. Разработать технологию реализации предлагаемых мероприятий.

Элементом новизны полученных результатов является то, что внедрение предложенных в ней мероприятий даст положительный эффект, повысит уровень прибыли предприятия, его конкурентоспособность и будет способствовать расширению его рыночной доли.

Область возможного практического применения результатов – РДУСП «Стравита» и другие страховые предприятия Республики Беларусь.

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. Основы маркетинга : учебное пособие / И. Л. Акулич, Е. В. Демченко. – Минск: Вышэйшая школа, 1999. – 236 с.
2. Акулич, И. Л. Маркетинг: Учебник / И. Л. Акулич.– Минск: Выш. шк., 2002.– 447 с.
3. Андреева, Е. В. Страхование жизни: социально-экономическое значение и направления развития / Е. В. Андреева, О. И. Русакова, Е. М. Хитрова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2013. – 160 с.
4. Андреева, О. Д. Технология бизнеса: маркетинг / О. Д. Андреева. – Москва: ИНФРА-М НОРМА, 2016.– 589 с.
5. Архипов, А. П. Азбука страхования / А. П. Архипов. – М.: Росгосстрах, 2016. – 422 с.
6. Архипов, А. П. Основы страхового дела / А. П. Архипов. В. Б. Гомелля. – М: Маркет ДС, 2012. – 357 с.
7. Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник / Генри Ассэль. – М.: Инфра-М, 2017. – 804 с.
8. Багиев, Т. Д. Маркетинг / Т. Д. Багиев. Москва: Экономика, 2001. –521 с.
9. Байков, С. Б. Потребительское поведение на финансовых рынках / С. Б. Байков. А. Н. Зубец, К. А Смирнова. – М.: ЗАО Экономика, 2017. – 405 с.
10. Барановский, С. И. Роль маркетинга в повышении эффективности деятельности предприятия / С. И. Барановский. – 2016. – № 7-8.– С. 34-48.
11. Беляев, В. И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В. И. Белчев . Изд. 4-е – Москва: КНОРУС, 2015.– 680 с.
12. Бланд, Д. Страхование: принципы и практика / Д. Бланд. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 416 с.
13. Голубков, Е. П. Основы маркетинга/ Е. П. Голубков.– Москва: Финпресс.– 2009. – 601 с.
14. Гомелля, В. Б. Страховой маркетинг / В. Б. Гомелля, Д. С. Ту-ленты. – М.: Анкил, 2000.
15. Гринченко, Ю. Л. Ценовые стратегии на современных рынках. Какие решения предлагает маркетинг // Маркетинг и маркетинговые исследования. / Ю. Л. Гринченко – 2009. – № 2.– С. 128-143.
16. Данченко, Л. А. Маркетинг по нотам / Л. А. Данченко. – М.: Маркет-ДС, 2006. – 412 с.
17. Данченко, Л. А. Потребительское поведение / Л. А. Данченко, Н. В.

- Тихомирова. – М.: МЭСИ, 2012. – 351 с.
18. Денисова, Е. С. Методы стимулирования сбыта: учебн.- практ. пособие/ Е. С. Денисова.– Москва: ЕАОИ., 2016. – 200 с.
 19. Ефимов, С. Л. Деловая практика страхового агента и брокера / С. Л. Ефимов. – М.: ЮНИТИ, 1996. – 327 с.
 20. Жук, И. Н. Управление конкурентоспособностью страховых организаций: учеб, пособие / И. Н. Жук. – М.: Анкил, 2011. – 128 с.
 21. Захарова, Ю. А. Методы стимулирования сбыта: учебн. пособ./ Ю. А. Захарова.– Москва: Дашков и К.– 2016.– 120 с.
 22. Зернов, А. А. Страховые исследования / А. А. Зернов, А. Н. Зубец. – М.: Страховое ревью, 1999. – 415 с.
 23. Зубец, А. Н. Страховой маркетинг / А. Н. Зубец. – М.: Анкил, 1998. – 361 с.
 24. Зубец, А. Н. Страховой маркетинг в России / А. Н. Зубец. – М.: ЦЭМ, 1999. – 428 с.
 25. Иванова, А. С. Влияние маркетинговой политики на оплату труда в сфере услуг / А. С. Иванова // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 6. – С. 155-158.
 26. Кадацкий, В. Г. Маркетинговая деятельность предприятий/ В. Г. Кадацкий.// Экономист. – №7. – 2015.– С. 8-15.
 27. Казущик, А. А. Основы маркетинга: учеб.пособ./ А. А. Казущик.– Минск: Беларусь.– 2015.– 247 с.
 28. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг: учеб.пособ./ О. И. Карпеко.– Минск: БГЭУ.– 2010.– 415 с.
 29. Колесникова, Т. В. Взаимосвязь финансовой устойчивости и конкурентоспособности страховой организации [Электронный ресурс] / Т. В. Колесникова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2015. – Т. 6, № 3.
 30. Котлер, Ф. Маневры маркетинга. Современные подходы к прибыли, росту и обновлению / Ф. Котлер, Д. К. Джайн, С. Мэйсинси ; пер. с англ. Т. Гутникова. – Москва : Олимп-Бизнес, 2014. – 224 с.
 31. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб.: Питерком, 1998. – 612 с.
 32. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер ; под ред. Т. Р. Тэор; пер. с англ.. Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Я. Царук. – Санкт-Петербург : Нева, 2014. – 224 с.

33. Котлер, Ф. Маркетинг / Ф. Котлер. – Москва: «Прогресс», 2017. – 789 с.
34. Кузнецова, Л. В. Основы маркетинга: учеб.пособ./ Л. В. Кузнецова, Ю. Ю. Черкасова.– Москва: Вузовский учебник, 2017. – 439 с.
35. Кулибанова, В. В. Прикладной маркетинг / В. В. Кулибанова. – Санкт-Петербург : Издательский дом «Нева»; Москва : ОЛМА-ПРЕСС, 2014. – 272 с.
36. Кучерова, Н. В. Формирование системы маркетинговой деятельности страховых компаний на развивающихся рынках / Н. В. Кучерова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2010. – №4(110). – С. 81-86.
37. Лысенко, Д. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов / Д. В. Лысенко.– Москва: ИНФРА – М.– 2016. – 318 с.
38. Маркетинг. Менеджмент / под ред. М. Туган-Барановского, Л. В. Балабановой. – Донецк : Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. И. Туган-Барановского, 2001. – 594 с.
39. Маркетинг: учебник для студентов экон. специальностей вузов / И. Л. Акулич. – 4-е изд., переработанное. – Минск : Вышэйшая школа, 2005. – 463 с.
40. Маслова, Т. Д. Маркетинг: учебн. для вузов/ Т. Д. Маслова.– Санкт-Петербург: Питер.– 2008.– 384 с.
41. Миронова, Ю. Что нужно знать о брендах? / Ю. Миронова // Информ. и бизнес.– 2016.– № 3.– С. 54 – 55.
42. Никулина, Н. Н. Страховой маркетинг / Н. Н. Никулина. – М.: ЮНИНИ-ДАНА, 2009. – 278 с.
43. О Республиканской программе развития страховой деятельности на 2011-2015 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 20.05.2011 № 631 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Над. центр правовой информации Респ. Беларусь. – Минск, 2011.
44. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности страховых организаций Республики Беларусь // Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.minfm.gov.by/rmenu/insurance/> – Дата доступа: 25.04.2018.
45. Платонова, Л. А. Учебное пособие «Маркетинговый менеджмент» / Л. А. Платонова, Г. А. Веденин. – М.: УО «ВГТУ», 2015. – 303с.
46. Романов, А. Н. Маркетинг / А. Н. Романов. – М.: ЮНИТИ, 1995.
47. Рыбкин, И. В. Страхование: максимальные продажи / И. В. Рыбкин. –

СПб.: Питер, 2017. – 415 с.

48. Тимофеева, Е. М. Особенности маркетинга страховых продуктов / Тимофеева // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2013. – № 3 (24). – С. 224-227.
 49. Турбина, К. Е. Теория и практика страхования / К. Е. Турбина. – Анкил, 2018. – 395 с.
 50. Федорова, Т. А. Основы страховой деятельности / Т. А. Федорова. – Коммерсантъ, 2003. – 395 с.
 51. Хитрова, Е. М. Особенности развития региональных страховых рынков / Е. М. Хитрова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2016. – № 1 (34). – С. 136 – 140.
 52. Шахов, В. В. Введение в страхование: учеб. пособие / В. В. Шахов. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 288 с.
-