


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

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой – профессор

В.Ф.Володько


подпись
«01»

06

2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ»

Специальность 1 26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

Специализация 1 26 02 02 - 02 01 Социальный менеджмент

Студент 30801215
группы


подпись

А.А. Ачаповская

Руководитель
(ст. преподаватель)


подпись


С.В. Марцева

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


подпись

С.В. Марцева

по технологической части
(ст. преподаватель)


подпись

В.Ф. Морозов

Ответственный за нормоконтроль


подпись

А.В. Краюшкина

Объем работы:

дипломная работа – 85 страниц;
графическая часть – 9 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 85 стр., 8 рисунков и схем, 15 таблиц,
42 использованных источника

СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ, ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, МАРКЕТИНГ

Цель дипломной работы – разработка мероприятий по совершенствованию управления сбытовой политики организации.

Объект дипломного исследования – открытое акционерное общество «Центр банковских технологий».

Задачи дипломного исследования:

- 1) рассмотреть теоретические основы организации сбытовой политики;
- 2) дать общую характеристику организации ОАО «Центр банковских технологий» и проанализировать организацию управления сбытом;
- 3) разработать рекомендации по совершенствованию системы сбыта в ОАО «Центр банковских технологий»;
- 4) разработать технологию реализации предлагаемой программы.

При проведении исследования использовались комплексный анализ оценки хозяйственной деятельности организации, также были предложены мероприятия по совершенствованию сбытовой политики ОАО «Центр банковских технологий».

Элементом новизны полученных результатов является сотрудничество с новыми коммерческими организациями и разработка для них программного обеспечения, что позволит выйти на новый рынок сбыта и повысит эффективность работы организации в целом.

Область возможного практического применения результатов – организации, предоставляющие IT-услуги.

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.



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич М.В. Анализ структуры сбыта предприятий в контексте проблемы финансового планирования // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003.- №1.
2. Акулич М.В. Методы анализа структуры сбыта предприятия // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2002. – № 2.
3. Анализ финансовой отчетности: Учеб. пособие / Под ред. О.В. Ефимова, М.В. Мельник и др. М.: Омега-Л, 2013.
4. Баркан Б. Управление сбытом. СПб. Изд-во Санкт-Петербургского университета. 2003 г.
5. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом; – М.: Экономика 2015. – 272 с.
6. Бурцев В.В. Совершенствование системы управления сбытом продукции // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – № 6.
7. Володько, В.Ф. Практикум по выполнению дипломной работы: метод. пособие / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, кафедра менеджмента, 2012. – 34с.
8. Герасименко В.В. Основы маркетинга / В.В. Герасименко. – М.: ТЕИС, 2004.
9. Голубков Е. П., Голубкова Е. Н., Секерин В. Д. Маркетинг: Выбор лучшего решения /Общ. ред. Е. П. Голубкова. – М.: Экономика, 2003. – 224 с.
10. Грабауров В.А. Информационные технологии для менеджеров. М.: Финансы и статистика, 2002.
11. Грант С. Эффективное управление сбытом. Днепропетровск. Изд-во «Баланс-Клуб». 2002 г.
12. Дейан А., Троядек А. Стимулирование сбыта: Учебное пособие – СПб.: Изд-во "Нева", 2006. - 128 с.
13. Диксон П. Управление маркетингом. – М.: Бинوم, 2003. – С. 96.
14. Ехлаков Ю.П. Анализ участников процесса продвижения прикладного программного обеспечения на рынок информационных технологий // Докл. ТУСУР – 2007. – С. 18-24.
15. Ивасенко, А. Г. Информационные технологии в экономике и управлении: учеб. пособие для вузов / А. Г. Ивасенко, А. Ю. Тридасов, Б. А. Павленко. – М. : КНОРУС, 2005. – 160 с.
16. Каргаполова М.Г. Методы оценки эффективности мероприятий по стимулированию сбыта // Управление продажами – 2007 – №6
17. Китаев-Смык А. Л. Комплекс мер по модернизации сбытовой политики предприятия // Управление компанией. – 2006.

18. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие/А.И.Алексеева, Ю.В.Васильев, А.В., Малеева, Л.И.Ушвицкий. – М.: Финансы и статистика, 2011.-529с.
19. Кретов И. И. Маркетинг на предприятии: Практ. пособие. - М.: Финстатинформ. – 3-е изд. 2004. - 105 с.
20. Кузякин А.Г. Реклама и PR в мировой экономике: Учебное пособие /Кузякин А.П. ,Семичев М.А. – М.: Проспект, 2002.
21. Куприянова Т., Растимешин В. Систематизация сбытовой деятельности фирмы: Учебник – "Консультант директора", 2008. - 344 с.
22. Моисеева, А.К., Аниськин, Ю.П. Современное предприятие, конкурентоспособность, маркетинг, обновление. – М., 2003. – 125с.
23. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта /Под научной редакцией профессора
24. Оховен Марио Магия энергичных продаж. Стратегия успеха в области сбыта; – М.: Интерэксперт 2014. – 254 с.
25. Петров, Ю. А. Комплексная автоматизация управления предприятием: информационные технологии / Ю. А. Петров, Е. Л. Шлимович. Ю. В. Ирюпин. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 160 с.
26. Попов Е.В. Продвижение товара: Учебник – Екатеринбург.: Наука, 2007. – 342 с.
27. Росситер Дж. Р. Л. Реклама и продвижение товаров. М.: Дело, 2003. 116 с.
28. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое издание, 2002. – С 26.
29. Синяева И.М. Управление маркетингом: уч. пособ. – М.: ВЗФЭИ, 2007. – 224с.
30. Скриптунова Е. Управление продажами: основные тенденции // Управление компанией. – 2003.
31. Титаренко Г.Д. Информационные технологии в маркетинге / Г.Д. Титаренко. – М.: Эра, 2006. – 294 с.
32. Токарев Б.К. Сбытовая политика предприятия / Б.К. Токарев. – М.: Юнити-Дана, 2001. – 104 с.
33. Третьяк, О. А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим спец. / О. А. Третьяк ; МГУ им. М. В. Ломоносова. – Москва : Инфра-М, 2005. – 403 с.
34. Тронин, Ю. Н. Информационные системы и технологии в бизнесе / Ю. Н. Тронин. – М. : Альфа-пресс, 2005. – 240 с.
35. Уткин Э.А. Маркетинг /под ред. проф. Уткина Э.А. – М.: Эксмос, 2001
36. Федько В.П. Основы маркетинга: уч. пособ. – Ростов н/Д: Феникс, 2007.- 479с.

37. Фейгель М. Л., Сагайдак С. А., Пинчук Д. Г., Бабаева М. В. Маркетинг активизации продвижения современных программных продуктов на региональном рынке // Молодой ученый. – 2015. – №8. – С. 675-679.
38. Хотинская Г.И. Информационные технологии управления. М.: «Дело и Сервис». 2003 г.
39. <http://www.cbt.by/products-services/> Центр банковских технологий. Продукты и услуги
40. Бухгалтерский баланс ОАО «Центр банковских технологий» за 2016-2018 годы
41. Отчет о прибылях и убытках ОАО «Центр банковских технологий» за 2016-2018 годы
42. Устав организации ОАО «Центр банковских технологий»