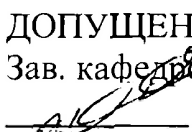


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ  
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ  
Зав. кафедрой, профессор  
 В.Ф. Володько  
06 06 2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ  
СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

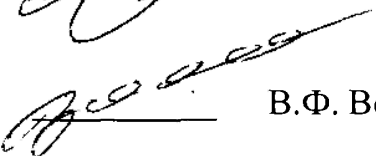
Специальность 1-26 02 02 «Менеджмент»

Направление 1-26 02 02 02 «Менеджмент недвижимости»

Студент           Группа  
группы           30801215

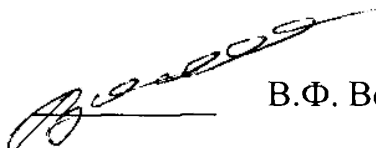
 К.О. Малышко

Руководитель –  
профессор

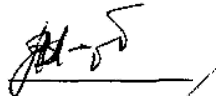
 В.Ф. Володько

Консультанты:


по экономической части –  
профессор

 В.Ф. Володько

по технологической части –  
ст. преподаватель

 В.Ф. Морозов

Ответственный за нормоконтроль

 М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 96 страниц;  
графическая часть – 9 листов А4;  
цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 96 страниц, 12 рисунков и схем,  
16 таблиц, 37 использованных источников.

### МАРКЕТИНГ, УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ, РЕКЛАМА, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, ПОТРЕБИТЕЛИ, КОНКУРЕНТЫ

**Цель** дипломной работы – совершенствование управления маркетинговой деятельностью строительного предприятия.

**Объект** исследования – предприятие «Ремэлектрооборудование».

**Задачи** дипломного исследования:

1. Исследование теоретических основ управления маркетинговой деятельностью предприятия;
2. Состояние хозяйственной и маркетинговой деятельности на базовом предприятии;
3. Разработка Программы совершенствования управления маркетинговой деятельностью базового предприятия;
4. Выработка технологии реализации предложенной Программы.

В работе использовались **методы исследования**: аналитические, статистические, синтетические, матричные, сравнения, анкетирования, наблюдения, интервьюирования, оценки финансового состояния, экспертных оценок, моделирования ситуации, комплексный анализ проблемы и др.

Элементом новизны полученных результатов является: исследование теоретических аспектов управления маркетинговой деятельностью предприятия, анализ современных теорий маркетинговой деятельности, исследование форм, систем и методов сбытовой деятельности строительного предприятия.

Проведен анализ производственно-экономической деятельности и системы маркетинговой деятельности предприятия «Ремэлектрооборудование».

Возможное **практическое применение** полученных результатов – на ПМЧУП «Ремэлектрооборудование» и других строительных предприятиях.

Автор подтверждает, что приведенный в 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. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования: постановление Совета Министров РБ, 12.12.2012, № 1672 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2012. – №140. – 5/34926.
2. Об утверждении Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: постановление Министерства экономики РБ, 27.12.2011, №140/206 [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>.
3. Об утверждении Инструкции о порядке составления бухгалтерской отчетности: постановление Министерства финансов РБ, 31.12.2012, № 111 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2012. – №11. – 8/24675.
4. Амблер, Т. Практический маркетинг: учебник / Т. Амблер. – СПб: Питер, 2010. – 400 с.
5. Ансофф, И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 2009. – 344 с.
6. Брагин, Л.А. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация. Учебник / Л.А. Брагин, Г.П. Данько. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2008. – 560 с.
7. Багиев, Г.Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии: учебник / Г.Л. Багиев. – СПб.: Обл. правл. ВНТОЭ, 2010. – 240 с.
8. Брунер, Р.Ф. Краткий курс МВА. / Р.Ф. Брунер, М.Р. Икер, Р.Э. Фример; под ред. М. Герасимова. – Москва: Олимп-Бизнес, 2005. – 368 с.
9. Володько, В.Ф. Организация производства и управление предприятием / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, 2017. – 493 с.
10. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учебное пособие / В.Ф. Володько. – 3-е изд. – Минск: АiВ, 2010. – 304 с.
11. Володько, В.Ф. Дипломная работа по специальности «менеджмент»: методическое пособие / В.Ф. Володько. – 5-е изд., измененное. – Минск: БНТУ, кафедра менеджмента, 2019. – 71 с.
12. Голубков, Е.П. Основы маркетинга / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 2008. – 688 с.
13. Диксон, П. Управление маркетингом: учебник / П. Диксон. – М.: Бином, 2008. – 365 с.
14. Дойль, П. Маркетинг, ориентированный на стоимость: монография / П. Дойль. – СПб.: Питер, 2001. – 309 с.
15. Ермаков, В.В. Маркетинг предприятия / В.В. Ермаков. – М: МПСИ, 2007. – 256 с.

16. Завьялов, П.С. Формула успеха: маркетинг: учебник/ П.С. Завьялов, В.Е. Демидов. – М.: ЮНИТИ, 2010. – 387 с.
17. Кожекин, Г.Я. Маркетинг предприятия. Учебное пособие/ Г.Я. Кожекин, С.Г. Мисербиева. – Минск: Мисанта, 2004. – 240 с.
18. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2015. – 496 с.
19. Крэнделл, Р. 1001 способ успешного маркетинга, даже если вы ненавидите продавать / Р. Крэнделл; пер. с англ. – М.: Фаир-Пресс, 2001. – 496 с.
20. Крылова, Г.Д. Маркетинг. Теория и практика: учебник / Г.Д. Крылова, М.И. Соколова. – М., 2004. – 655 с.
21. Лобан, Л.А. Экономика предприятия: учебный комплекс / Л.А. Лобан, В.Т. Пыко. – Минск: Современная школа, 2010. – 429 с.
22. Маслова, Т.Д. Маркетинг / Т.Д. Маслова, Л.Н. Ковалик, С.Г. Божук. – СПб., 2001. – 320 с.
23. Манн, И. Маркетинг на 100%. / И. Манн; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003. – 240 с.
24. Ноздрева, Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке. Учебное пособие / Р.Б. Ноздрева – М.: Финансы и статистика, 2001. – 345 с.
25. Паттен, Д. Успешный маркетинг для малого бизнеса / Д. Паттен; пер. с англ. – М., 2003. – 368 с.
26. Родин, В.Г. Основы маркетинга: метод. пособие / В.Г. Родин – М., 2002. – 328 с.
27. Романова, А.Н. Маркетинг: учебник / А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 410 с.
28. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г.В. Савицкая; 2-е изд., испр. и доп. – Минск: РИПО, 2012. – 367 с.
29. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учебник / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2011. – 647 с.
30. Скворцова, Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса: учеб. пособие / Н.А. Скворцова. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с.
31. Хлусов, В.П. Основы маркетинга: учебник / В.П. Хлусов. – М.: ПРИОР, 2011. – 260 с.
32. Метод SWOT анализа в стратегическом управлении [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/swot/primer-enterprise/>.
33. Научно-производственный журнал для специалистов в области связи и информационных технологий «Веснік сувязі» [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: [http://www.vsel.by/File/2011\\_5/promsvyaz.pdf](http://www.vsel.by/File/2011_5/promsvyaz.pdf).

34. Официальный сайт ОАО «ПРОМСВЯЗЬ» [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.promsvyaz.by/gus>.
35. Бизнес-планы УП «Ремэлектрооборудование» за 2016-2018 годы.
36. Бухгалтерские балансы УП «Ремэлектрооборудование» за 2016-2018 годы.
37. Отчеты о прибылях и убытках УП «Ремэлектрооборудование» за 2016-2018 годы.