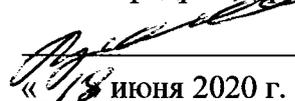


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

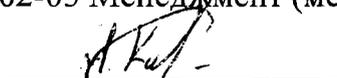
 В.Ф. Володько
«12» июня 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В
УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление специальности: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

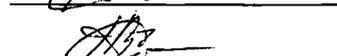
Студент-дипломник, гр. 10801116

 Н.А. Кошко

Руководитель, доцент, к.э.н.

 П.В. Сачек

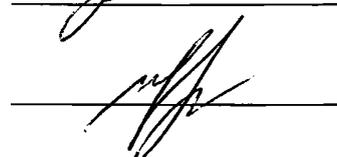
Консультант, доцент, к.э.н.

 П.В. Сачек

Консультант по технологической
части, доцент, к.п.н

 О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
ст.преподаватель

 И.В. Унукович

Объем работы:

дипломная работа – 105 страниц;

графическая часть – 8 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 105 стр., 8 рисунков и схем, 17 таблиц,
31 использованных источника

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ДИСТРИБЬЮТОРСКАЯ СЕТЬ, КАНАЛЫ СБЫТА

Цель дипломной работы – установление путей и разработка практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия.

Объект дипломного исследования – маркетинговый комплекс крупного промышленного предприятия ЗАО «БЕЛТЕКС ОПТИК».

Задачи дипломного исследования:

1. Исследовать сущность, факторы влияния и способы управления маркетинговыми стратегиями предприятия.

2. Провести анализ хозяйственной деятельности и состояния конкурентоспособности ЗАО «БЕЛТЕКС ОПТИК».

3. Разработать и усовершенствовать маркетинговые стратегии предприятия ЗАО «БЕЛТЕКС ОПТИК», и произвести расчет ее экономической эффективности.

4. Разработать технологию реализации предлагаемой программы.

Элементом новизны полученных результатов является создание интернет-магазина, который активно влияет на привлечение новых покупателей, повышение конкурентоспособности продукции и предприятия в целом.

Область возможного практического применения результатов – предприятия оптической отрасли.

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. Багриновский, К.А. Некоторые подходы к совершенствованию механизма управления технологическим развитием / К.А. Багриновский, М.А. Бендиков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – №1. – С. 3-19.
2. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учебное пособие / В.Ф. Володько; 3-е изд. – Мн.: АiВ, 2010. – С. 304.
3. Володько, В.Ф. Практикум по выполнению дипломной работы: метод. пособие / В.Ф. Володько. – Мн.: БНТУ, кафедра менеджмента, 2012. – С. 34.
4. Гордон, Я.Х. Маркетинг партнерских отношений / Я.Х. Гордон. – СПб.: Питер – 2009. – С. 67.
5. Глубокий, С.В. Товаропроводящая сеть предприятия: эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С.В. Глубокий. – Мн.: Изд-во Гревцова, 2008. – С. 376.
6. Дагаев, А.А. Экономический рост и глобализация технологического развития / А.А. Дагаев // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – № 1. – С. 3-20.
7. Данченко, Л.А. Маркетинг / Л.А. Данченко // Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М. – 2008. – С. 6.
8. Егорова, М.М. Маркетинг. Конспект лекций / М.М. Егорова, Е.Ю. Логинова, И.Г. Швайко. – М.: Эксмо, 2008. – С. 21.
9. Зиннуров, У.Г. Стратегическое маркетинговое планирование и управление на предприятии: учеб. пособие. / У.Г. Зиннуров – М.: Изд-во МАИ, 2018. – С. 34.
10. Зорина, Т.Г. Маркетинговые исследования: учебное пособие для студентов / Т. Г. Зорина, М. А. Слонимская. – Мн.: Белорусский государственный экономический университет, 2010. – С. 410.
11. Иванов, В.В. Использование инструментов финансовой логистики для управления ресурсопотоками предприятия / В.В. Иванов // Экономика и коммерция. Электронная промышленность. – 2014. – № 1. – С. 71-83.
12. Ковтанюк, Н.Н. Точно-во-время / Н.Н. Ковтанюк // ЛОГИНФО. – 2014. – № 5-6. – С. 52-55.
13. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер – Издательство: ИД «ВИЛЬЯМС», 2007. – С. 30.

14. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: учебное пособие / Ю.В. Морозов, 8е изд. – М.: ИТК Дашков и К, 2016. – С. 148.
15. Молчанов, Н. Н. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1.: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Молчанов [и др.]; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – С. 257.
16. Савчук, Г.А. Управление маркетингом на предприятии, учебное пособие / Г.А. Савчук, Ю.В. Мокерова, М. – 2014 – С. 220.
17. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие для бакалавров / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – М.: Дашков и К, 2015. – С. 296
18. Смирнов, А. Лидовое побоище. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете / А. Смирнов, Ю. Суздаль. – СПб.: ИГ Весь, 2015. – С. 176.
19. Стерлигова, А.Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник для бакалавров / А.Н. Стерлигова. – М.: Ифра-М, 2016. – С. 432.
20. Пашутин, С.Б. О коммерческой эксплуатации знаменитостей / С.Б. Пашутин // Маркетинг в России и за рубежом. –2013. – № 3. – С. 72-78.
21. Третьяк, О.А. Эволюция маркетинга: этапы, приоритеты, концептуальная база, доминирующая логика / О.А. Третьяк // Российский журнал менеджмента – 2006 – Том 4, № 2. – С. 129-144.
22. Туватова, В.Е. Перспективы использования средств маркетинга в ресторанном бизнесе / В.Е. Туватова // Маркетинг – 2011. – № 1. – С. 20-24.
23. Туватова В.Е. Методы инновационного маркетинга в ресторанном бизнесе / В.Е. Туватова // Маркетинг в России и за рубежом – 2014. – С. 1.
24. Тюрин, Д.В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – С. 342.
25. Устинов, В.А. Управление инновационной деятельностью в процессе создания новой техники, освоение производства новой продукции / В.А. Устинов. – М.: Гос. акад. управления, 2005. – С. 80.
26. Чернышева, А.М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для академического бакалавриата / А.М. Чернышева, Т Н. Якубова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – С. 244.

27. Эриашвили, Н.Д. Маркетинг: учебник для вузов / Н.Д. Эриашвили, К. Ховард, Ю.А. Цыпкин и др.; Под ред. Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – С. 9.
28. Информационный портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.yusonopticsglobal.com / – Дата доступа: 19.02.2020.
29. Информационный портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.pulsar-nv.com. / – Дата доступа: 13.03.2020.
30. Бухгалтерский баланс ЗАО «БЕЛТЕКС ОПТИК» за 2017-2020 гг.
31. Отчет о прибылях и убытках ЗАО «БЕЛТЕКС ОПТИК» за 2017-2020 гг.