

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

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько

«23» июня 2020 г.

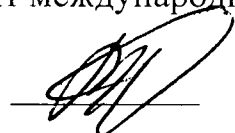
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ»**

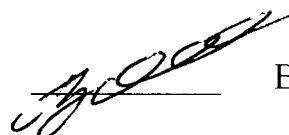
Специальность 1-26 02 02 «Менеджмент»

Направление 1-26 02 02 05 «Менеджмент международный»

Студент Группа
группы 10801116


 Б. Розиев

Руководитель –
профессор

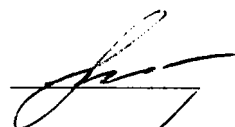
 В.Ф. Володько

Консультанты:


по экономической части –
профессор

 В.Ф. Володько

по технологической части –
доцент

 О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль

 М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 90 страниц;
графическая часть – 9 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

Минск 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 90 страниц, 12 рисунков и схем,
18 таблиц, 40 использованных источников

МАРКЕТИНГ, СБЫТ, ИССЛЕДОВАНИЕ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, РЕКЛАМА, ПОТРЕБИТЕЛИ, КОНКУРЕНТЫ

Цель дипломной работы – совершенствование маркетинговой деятельности предприятия с целью повышения сбыта.

Объект исследования – предприятие «Белпромимпэкс».

Задачи дипломного исследования:

1. Исследование теоретических основ маркетинговой деятельности предприятия;
2. Состояние хозяйственной и маркетинговой деятельности на базовом предприятии;
3. Разработка Программы совершенствования маркетинговой деятельности базового предприятия с целью повышения сбыта;
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 маркетинговой деятельности предприятия, анализ современных теорий маркетинговой деятельности, исследование форм, систем и методов сбытовой деятельности современного предприятия.

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

Возможное **практическое применение** полученных результатов – на предприятии «Белпромимпэкс» и других коммерческих 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. Закон Республики Беларусь «О рекламе». – Минск, 2007.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич; 2-е изд. – Минск, 2002. – 447 с.
3. Алексунина, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.А. Алексунина. – М.: Маркетинг, 2004. – 516 с.
4. Амблер, Т. Практический маркетинг: монография / Т. Амблер. – СПб.: Питер, 2009. – 320 с.
5. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учеб. пособие / Г.Н. Багиев – М.: Экономика, 2003. – 703 с.
6. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики. Учебник / В.И. Беляев. – М., 2005. – 672 с.
7. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз / И.К. Беляевский. – М., 2004. – 320 с.
8. Блэкуэлл, Д. Поведение потребителей: учеб. пособие / Д. Блэкуэлл, П. Минниард, Дж. Энджел. – 9-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 624 с.
9. Ващекина, Н.П. Маркетинг: учебник / Н.П. Ващекина. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. – 312 с.
10. Верников, Г.М. Маркетинговые коммуникации – современный инструмент управления бизнесом: учебник / Г.М. Верников. – М.: МИНХ, 2009. – 156 с.
11. Володько, В.Ф. Дипломная работа по специальности «менеджмент»: методическое пособие / В.Ф. Володько; 5-е изд. – Минск: БНТУ, 2019. – 71 с.
12. Володько, В.Ф. Организация производства и управление предприятием / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, 2017. – 493 с.
13. Гейтс, Б. Бизнес со скоростью мысли / Б. Гейтс; пер. с англ. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. – 157 с.
14. Герчикова, И.Н. Международное коммерческое дело: учебник / И.Н. Герчикова. – М., 2006. – 501 с.
15. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования. Теория, методология и практика: учебник / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 2000. – 510 с.
16. Данько, Т.П. Управление маркетингом: учеб. пособие / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 349 с.
17. Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи: учебник / А. Дейян; пер. с англ. – М.: Прогресс, 2003. – 190 с.
18. Дибб, С. Практическое руководство по сегментированию рынка / С.Дибб; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.

37. Родин, В.Г. Основы маркетинга: метод. пособие / В.Г. Родин – М., 2002. – 328 с.
38. Романова, А.Н. Маркетинг: учебник / А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 410 с.
39. Бухгалтерский баланс торгового предприятия «Белпромимпэкс» за 2017-2019 годы.
40. Отчет о маркетинговой и сбытовой деятельности предприятия «Белпромимпэкс» за 2017-2019 годы.