

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

А.В. Авдиенок А.В. Авдиенок

« 18 » июня 2020 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

«Совершенствование маркетинговой политики СООО «Космос-ТВ»»

Специальность 1 – 25 01 07 «Экономика и управление на предприятии»

Специализация 1 – 25 01 07 11 «Экономика и управление на предприятии
промышленности»

Обучающийся
группы 10502116

А.Л. Почтовый А.Л. Почтовый
(подпись, дата)

Руководитель

Т.К. Савко Т.К. Савко
(подпись, дата)

Консультанты:

по организационно-
экономическим вопросам

Т.К. Савко Т.К. Савко
(подпись, дата)

по организации внешнеэконо-
мической деятельности

Г.В. Прибыльская Г.В. Прибыльская
(подпись, дата)

по конструкторско-
технологическим вопросам

А.А. Заболотец А.А. Заболотец
(подпись, дата)

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ

В.В. Кожар В.В. Кожар
(подпись, дата)

по охране труда

А.А. Снарский А.А. Снарский
(подпись, дата)

Ответственный за нормоконтроль

А.В. Авдиенок А.В. Авдиенок
(подпись, дата)

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 131 страниц

графическая часть – 13 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 161 с., 47 рис., 56 табл., 44 источников, 5 прил.

УСЛУГИ, МАРКЕТИНГ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ОБЪЕМ РЕАЛИЗАЦИИ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объектом исследования является ООО «Космос-ТВ»

Цель работы: разработка концепции проекта по совершенствованию маркетинговой политики предприятия, проведение анализа технико-экономических показателей и результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия, расчет показателей эффективности проекта.

Для выполнения этой цели были выполнены такие задачи как, анализ внешней и внутренней среды предприятия, анализ конкурентных позиций организации, также была изучена организационно-экономическая характеристика предприятия.

В ходе дипломного проектирования для повышения эффективности маркетинговой деятельности были предложены такие мероприятия, как создание отдела развития для роста уровня квалификации работников и их стабильное обучение и проведение рекламной кампании в социальной сети «Вконтакте».

Для подтверждения целесообразности данных мероприятий, был рассчитан экономический эффект. В результате проведенных расчётов были получены данные, которые позволяют сделать вывод о пригодности этих мероприятий для осуществления и внедрения их в деятельность предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.01.2014)
2. Азоев Г.Л. Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО Типография «Новости», 2017. – 418 с.
3. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: Учебник/ Под ред. проф. В. Я. Позднякова. – М.: ИНФРА – М, 2016. – 617с.
4. Антипов, К.В. Основы рекламы./К.В. Антипов. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 364 с.
5. Аслудинова, Л. С. Методические подходы к оценке эффективности использования инструментов маркетинга в управлении деятельностью предприятия // Концепт. – 2014. – № 04
6. Багиев, Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев. – М: Экономика, 2017. – 388 с.
7. Бальжинов, А.В., Михеева, Е.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия;/Издательство: «Улан-Удэ/ВСГТУ», 2018 – 119 с.
8. Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности //М: ИНФРА-М, 2014. – 388 с.
9. Баумгартен, Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 4
10. Бендина, Н.В. Маркетинг / Н.В. Бендина. – М.: ПРИОР, 2015 – 271 с.
11. Булганина С.В. Основы маркетинга в сфере сервиса – Н.Новгород: ВГИПУ, 2013. – 286с.
12. Бычков, В.П., Пеньшин, Н.В. Эффективность производства и предпринимательство в автосервисе –Тамбов: ТГТУ, 2016. – 374 с.
13. Васильева, З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка // Маркетинг в России и за рубежом .– 2016 .– № 2
14. Вартанова, Е.Л. Глобализация СМИ и масс-медиа России // Вестник Московского университета, серия 10, «Журналистика» – 2016. – № 4. – С.18–22.
15. Васильев, Г. А., Поляков, В. А. Рекламный маркетинг. Учебное пособие для студентов ВУЗов. Издательство: Вузовский учебник, Инфра-М. Серия: Вузовский учебник; 2015 – 412 с.
16. Викентьев, И.Л. Приёмы рекламы и public relations.4.1. / И.Л. Викентьев СПб.: ООО «Приз-Шанс»: Изд. Дом «Бизнес-Пресса», 2015. – 410 с.
17. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р.Веснин. – М.: Институт международного права и экономики. Изд-во «Триада Лтд», 2015. – 384с.
18. Виноградова, С.В., Маркина, Н.В., Юдникова, Е.С., Яненко М.Б. Маркетинг торгового предприятия: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2017. – 528 с.

19. Волгин, В.В. Автосервис : маркетинг и анализ –М.: Дашков и К, 2014. – 365 с.
20. Волгин, В.В. Автосервис: Создание и сертификация – М.Дашков и К, 2013.– 412 с.
21. Герасенко, В.П. Развитие экономической конкуренции: Монография. Гомель: Белорусский центр бизнеса «Альтаир», 2013. – 120с.
22. Герчикова, И.И. Менеджмент: Учебник / И.И.Герчикова. – М.Юнити, 2016. – 364 с.
23. Глухов, А.В. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения / А.В.Глухов – М.: Маркетинг, 2016 – 512 с.
24. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика – М.: Финпресс, 2016 – 496 с.
25. Гребнев, Е.Т., Новиков Д.Т. и Захаров А.Н. Анализ конкурентоспособности продукции.// Маркетинг в России и за рубежом. – 2017, №3, с.16
26. Джефкинс, Ф. Реклама: Учеб.пособие для ВУЗов./Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2015. – 288 с.
27. Зайцев, Л.Г., Соколова, М.И. Стратегический менеджмент: Учебник. / Л.Г.Зайцев, М.И.Соколова – М.: Юристъ, 2014. – 336 с.
28. Засурский, Я.Н. Интернет как основа развития информационного общества в России. // Медиаскоп – 2016. – №9. – С. 52–54.
29. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. / А.Т.Зуб — М.: Аспект Пресс, 2018. — 415 с.
30. Зуляр, Ю.А. Массовые коммуникации в рекламе: Учебник для ВУЗов./Ю.А. Зуляр. – Иркутск: Оттиск, 2016. – 367 с.
31. Комаров, А.В. Современный менеджмент: теория и практика – СПб.: Питер, 2014 – 358 с.
32. Курганов, В.М. Современный менеджмент: Теория и практика управления – М.: Книжный мир, 2016 – 282 с.
33. Лапыгин, Ю.Н., Лапыгин, Д.Ю., Лачинина, Т.А. Стратегическое развитие организации / Ю.Н.Лапыгин, Д.Ю.Лапыгин, Т.А.Лачинина – М.: КноРус, 2017 – 412 с.
34. Макаровская, Н.В. Функции современной рекламы: особенности и факторы противодействия их реализации. // Вестник социологии. – 2017. – №2 (10). – С.23–26.
35. Матанцев, А.Н. Эффективность рекламы. / А.Н. Матанцев. – М.: Финпресс, 2015. – 296 с.
36. Мельник, Г.С., Тепляшина, А.Н. Основы творческой деятельности журналиста: Учеб.пособие./Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшина. – СПб.: Питер, 2016. – 318 с.
37. Музыкант, В.Л. Реклама и PR–технологии: Учебник для ВУЗов. / В.Л. Музыкант. – М.: Армада–пресс, 2015. – 354 с.
38. Орлова, Н.В. Реклама и российская массовая культура в условиях глобализации /Н.В. Орлова. – М.: Социально–гуманитарный институт, 2015 –