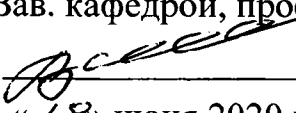


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет технологий управления и гуманитаризации  
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:  
Зав. кафедрой, профессор  
 В.Ф. Володько  
«18» июня 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА  
**ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

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

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

Студент-дипломник, гр. 30801315

Руководитель, ст. преп.

Консультант, ст. преп.

Консультант по технологической  
части, доцент

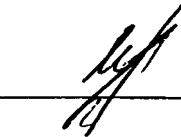
Ответственный за нормоконтроль,  
преподаватель

 Д.А. Пархоменко

 С.В. Марцева

 С.В. Марцева

 Е.Г. Богданович

 М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 117 страниц;

графическая часть – 10 листов;

Цифровые носители – 1 диск.

Минск 2020

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 94 стр., 3 рисунков и схем, 16 таблиц, 40 использованных источников

### МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА, КОНЦЕПЦИЯ «4Р», МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ.

*Цель* дипломной работы – на основе анализа результатов производственно-коммерческой деятельности предприятия, выработать рекомендации по оптимизации маркетинговой деятельности ОАО «МЗОР».

*Объект* дипломного исследования – Открытое акционерное общество «МЗОР».

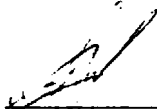
*Задачи* дипломного исследования:

1. Охарактеризовать понятие, сущность, функции и комплекс маркетинга.
2. Подвергнуть анализу организацию маркетинговой деятельности на ОАО «МЗОР».
3. Выяснить пути совершенствования маркетинговой деятельности ОАО «МЗОР».
4. Изложить технологию реализации предложенной программы совершенствования маркетинговой деятельности ОАО «МЗОР».

При проведении исследования использовались следующие методы: абстракция, конкретизация и идеализация; анализ и синтез; сравнение и аналогия; моделирование; классификация; обобщение и противопоставление; индукция и дедукция; математико-статистические методы анализа; визуализация данных; математическое моделирование.

Элементом новизны полученных результатов является переориентация системы управления ОАО «МЗОР» на маркетинговый образ мышления, который активно влияет на повышение экономической и социальной эффективности функционирования ОАО «МЗОР».

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. Абакова, Е. Г. Маркетинг : учеб. пособие / Е.Г. Абакова. – М. : Юнити, 2017. – 785 с.
2. Абдулова, М. Л. Информационные системы в экономике : учебник / М. Л. Абдулова, Т. Ю. Горячева, К. Д. Петров; под общ. ред. М. Л. Абдуловой. – М. : Мир книги, 2019. – 673 с.
3. Абдулова, М. Л. Поведение покупателей : учебник / М.Л. Абдулова, Т.Ю. Горячева, К.Д. Петров; под общ. ред. М.Л. Абдуловой. – М. : Мир книги, 2018. – 673 с.
4. Аксенова, М. С. Эффективность и рентабельность маркетинга / М.А. Аксенова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2018. – № 5. – С. 29-30.
5. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер; пер. Ю.Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2017. – 411 с.
6. Арбузова, И. В. Маркетинговая концепция и ее роль в экономике : учеб. пособие / И.В. Арбузова, М.Г. Михалюк, С.Г. Ануфриева; под общ. ред. И.В. Арбузовой. – 3-е изд. – М. : Новая книга, 2017. – 918 с.
7. Бунчиков, О.Н. Формирование и результативность служб маркетинга / О.Н. Бунчиков // Аграрная наука. – 2016. – № 4. – С. 10.
8. Дурович, А.П. Практика маркетинговых исследований. В 2 кн. Кн. 2. Среда. Рынок. Товары. Конкуренты. Потребители. Коомуникации / А.П. Дурович. – Минск : Из-во Грвцова, 2008. – 400 с.
9. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособие / П.С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 496 с.
10. Иволгин, А.И. Маркетинг на промышленном предприятии / А.И. Иволгин. – Минск : Новое знание, 2017. – 414 с.
11. Как добиться успеха : практические советы деловым людям / В.Е. Хруцкий [и др.]; под общ. ред. В.Е. Хруцкого. – М. : Политиздат, 2006. – 510 с.
12. Кеварков, В. В. Практикум по маркетингу : учеб. пособие / В.В. Кеварков. – М. : КНОРУС, 2019. – 416 с.
13. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер; пер. Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2009. – 752 с.

14. Крылова, Г.Д. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций : учеб. пособие для вузов / Г.Д. Крылова, М.И. Соколова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 519 с.
15. Кунявский, М.Е. Управление маркетингом промышленного предприятия / М.Е. Кунявский, И.М. Кублин, К.О. Распоров. – М. : Междунар. отношения, 2004. – 376 с.
16. Ламбен, Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.Ж. Ламбен; пер. С.Ю. Лукиной. – СПб. : Перспектива, 2015. – 673 с.
17. Ларисова, К.Д. Практический маркетинг : учеб. пособие / К.Д. Ларисова. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2018. – 781 с.
18. Мак-Дональд, М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд; пер. С. Г. Петренко. – СПб. : ПитерКом, 2017. – 453 с.
19. Маркетинг : общий курс : учеб. пособие / Н. Я. Колюжнова [и др.]; под общ. ред. Н. Я. Колюжновой и А. Я. Яковсона. – М. : Омега-Л, 2017. – 476 с.
20. Маркетинг : учебник / А. Н. Романов [и др.]; под общ. ред. А. Н. Романова. – М. : Банки и биржи, 2016. – 560 с.
21. Маслова, Т.Д. Маркетинг : учебник / Т.Д. Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – 3-е изд., доп. и перераб. – СПб. : Питер, 2017. – 384 с.
22. Менеджмент и маркетинг : учеб. пособие / Г. Б. Клейнер [и др.]; под общ. ред. Г. Б. Кляйнера. – М. : Экономика, 2016. – 936 с.
23. Миронова, Н. И. Основные формулы экономики, статистики и логистики: справочник / Н. И. Миронова. – 3-е изд. – М. : Юнити, 2019 г. – 418 с.
24. Моисеева, Н.К. Управление маркетингом : теория, практика, информационные технологии : учеб. пособие / Н.К. , Моисеева, М.В. Конышева; под ред. Н.К. Моисеевой. – М. : Финансы и статистика, 2016. – 304 с.
25. Мосиенко, С.В. Организационная структура службы маркетинга на зернозаготовительных предприятиях / С.В. Мосиенко // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. – 2017. – № 11. – С. 127-130.
26. Наумов, В.Н. Маркетинг сбыта : учеб. пособие / В.Н. Наумов. – СПб. : Изд. СПбГУЭФ, 2018. – 783 с.
27. Панкрухин, А.П. Маркетинг : учебник / А.П. Панкрухин. – 4-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2006. – 656 с.