



## РЕФЕРАТ

Дипломный проект: с.119, 23 рисунка, 36 таблиц, 39 источников.  
СБЫТОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ,  
КАНАЛЫ СБЫТА, ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ, РЕКЛАМА,  
ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА,  
ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объектом исследования дипломного проекта является стратегия продвижения продукции.

Предметом исследования – экономические отношения, складывающиеся при формировании стратегии продвижения услуг.

Цель дипломного проекта – формирование эффективной стратегии продвижения продукции на внутреннем рынке.

В процессе исследования изучены сущность понятий «стратегия», «сбытовая стратегия», «коммуникационная стратегия»; рассмотрены уровни формирования стратегии предприятия; проанализирована структура сбытовой стратегии; выделены преимущества и недостатки существующих инструментов продвижения продукции, определены возможные области их применения; проанализированы основные технико-экономические показатели функционирования ООО «СантимГрупп»; разработана план продвижения продукции ООО «СантимГрупп» на внутреннем рынке; рассчитана экономическая эффективность предлагаемых мероприятий по эффективному продвижению продукции ООО «СантимГрупп» на внутреннем рынке.

Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности применения предлагаемых в дипломном проекте малозатратных методов продвижения – поисковая оптимизация, продвижение в социальных сетях, размещение информационно-познавательных материалов на популярных порталах, организованных по принципу взаимообусловленной коммуникации, не только микроорганизациями, но и более крупными поставщиками товаров и услуг.

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломном проекте расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса, все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

### Список использованной литературы

1. Анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Адаменкова С.И., Евменчик О.С., Антонович Т.Л., Зеленковская Н.В., Лемеш В.Н., Новосельская О.В. - Минск: БНТУ, 2008. – 257 с.
2. Афанасьев, М.Н. Маркетинг: стратегия и практика фирмы / М.Н. Афанасьев. - М.: Финстатинформ, 2009.
3. Административные и бытовые здания: СНБ 3.02.03-2003.
4. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: Учебник для ВУЗов – М.: Экономика, 2009. – 703 с.
5. Бухгалтерский баланс предприятия.
6. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз / И.К. Беляевский. - М.: Финансы и статистика, 2010.
7. Благаев, В.А. Маркетинг в определениях и примерах / В.А. Благаев. - М.:2010.
8. Бизнес-планирование: учебник / под ред. В. М. Попова, С.И. Ляпунова и С.Г. Млодика.-2-е изд., перераб и доп.- М.: Финансы и статистика, 2008.-816 с.:ил.
9. Волкогонова О.Д., Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Учебник. – М.: Форум: Инфра-М, 2007. – 256 с.
10. Гиляровская, Л.Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник / Л.Т. Гиляровская, Д.В. Лысенко, Д.А. Ендовицкий. – М.: Проспект, 2008. – 360 с.
11. Гречникова И. Н. Методика проведения маркетинговых исследований// Маркетинг. – 2008. №3. – С. 31-42.
12. Демина Т. А. Экология, природопользование, охрана окружающей среды: Пособие для учащихся старших классов общеобразовательных учреждений. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 143 с.
13. Желваков Э. Н. Экологические правонарушения и ответственность. М.: ЗАО Бизнес-школа "Интел-Синтез". 2009 – 110с.

14. Забин, Джефф .Прицельный маркетинг. Новые правила привлечения и удержания клиентов. – М.: Изд-во Эксмо, 2009 – 304с.
15. Зеньков В.С., Зорина Т.Г. Инвестиционный маркетинг: Учеб. пособие. - Мн.: Экоперспектива, 2009.- 436 с.
16. Ивашутин, А.Л. Методическое пособие по дипломному проектированию для студентов специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии/ А.Л.Ивашутин [и др.]. Минск: БНТУ, 2008. – 130 с.
17. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2008. – 726 с.
18. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Под ред. В.А. Алексунина. – М.: Маркетинг, 2009. – 516 с.
19. Международные листки опасностей по профессии.
20. Маренков Н. Л. «Цены и ценообразование» - М., 2008 г.
21. Никифорова С.Н. Механическая и химическая обработка, 2008.
22. Отчет о прибылях и убытках предприятия.
23. Олизаревич Ю.С. Невидимая сторона окупаемости инвестиционных проектов//Экономика. Финансы. Управление. - 2009. - №3. - С. 15-21.
24. О ценообразовании.Закон РБ №255-3 от10.05.1999/национальный реестр правовых актов №2/30 от11.05.1999 (в ред. От 31.12.2009г.)/
25. Перечень регламентированных в воздухе рабочей зоны вредных веществ: санитарные нормы, правила и гигиенические нормативы: утв. Постановлением М-ва здравоохранения Республики Беларусь 31.12.2008г. №240.
26. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник/Г.В. Савицкая – М.: ИНФРА-М, 2007. – 512 с.
27. Современный маркетинг / Под. Ред. В.Е. Хруцкого - М., Финансы и статистика, 2008 . – 542 с.
28. Темичев, А.М. Анализ хозяйственной деятельности: практикум (сборник задач) для студентов экономических специальностей / А.М. Темичев, Т.В. Широкумова. – Минск: БНТУ, 2008. – 48 с.

29. ТКП 45-2-04-153-2009. Естественное и искусственное освещение. Строительные нормы проектирования.
30. Устав предприятия ООО «СантимГрупп».
31. Указ президента Республики Беларусь 11 июля 2012 г. №313 «О некоторых вопросах обращения с отходами потребления».
32. Уткин, Э.А. Финансовое управление / Э.А. Уткин – М.: Финансы и статистика, 2008. – 307 с.
33. Финансовое управление фирмой / Под ред. В.И. Терехина. - М.: Экономика, 2009. - 98 с.
34. «Финансы организаций (предприятий)»: Учеб. пособие для вузов /А. Н. Гаврилова, А. А. Попов, 2009 г.
35. Феоктистова Е. М., Краснюк И.Н. Маркетинг: теория и практика.- М.: «Высшая школа», 2009. – 24с.
36. «Ценообразование» под ред. Герасименко В.В. - Учебное пособие, «ИНФРА-М», 2008 г.
37. «Экономика предприятий и фирм» Гамкрелидзе Л. И. М.: МГИУ, 2008 г.
38. Экономика предприятия - Скляренко В.К. - Учебник, «ИНФРА-М», 2008 г.
39. Энджел, Джеймс Ф. Поведение потребителей. – СПб.: Питер, 2009 – 759с.