

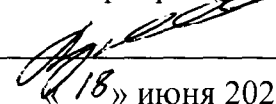
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет технологий управления и гуманитаризации

Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор


В.Ф. Володько

«18» июня 2021 г.

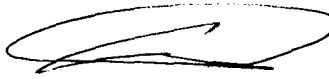
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**ОРГАНИЗАЦИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В СИСТЕМЕ
СБЫТА И ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ (НА ПРИМЕРЕ
ООО «ОЛИМП СМ»)**

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


Специализация: 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-административный)

Студент-дипломник, гр. 30801116



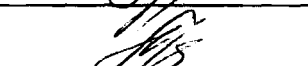
А.А. Волуевич

Руководитель, ст. преподаватель



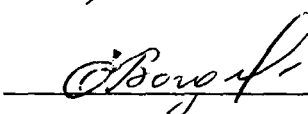
С.В. Марцева

Консультант, ст. преподаватель



С.В. Марцева

Консультант по технологической
части, доцент



Е.Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель



А.К.Петрашкевич

Объем работы:

дипломная работа – 111 страниц;

графическая часть – 9 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 111 страниц, 8 рисунков и схем, 20 таблиц, 33 использованных источника, 5 приложений

ФРАНЧАЙЗИНГ, ФРАНЧАЙЗИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СБЫТ, СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цель дипломной работы – разработка мероприятий, направленных на организацию франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров ООО «ОЛИМП СМ».

Объект дипломного исследования – ООО «ОЛИМП СМ».

Задачи дипломного исследования:


- изучить теоретические основы организации франчайзинга в системе сбыта и продвижения продукции предприятия;
- провести анализ организации сбыта и продвижения продукции ООО «ОЛИМП СМ»;
- разработать рекомендации по повышению эффективности сбыта и продвижения продукции ООО «ОЛИМП СМ» на основе франчайзинга;
- предложить технологии реализации предлагаемых мероприятий.

Методы исследования: историко-культурный и структурно-функциональный методы, компаративный анализ, аналитический метод, метод целевого проектирования, а также общенаучные методы.

Содержание дипломной работы: теоретические основы организации франчайзинга в системе сбыта и продвижения продукции предприятия, анализ организации сбыта и продвижения продукции ООО «ОЛИМП СМ», рекомендации по повышению эффективности сбыта и продвижения продукции ООО «ОЛИМП СМ» на основе франчайзинга, технология реализации предлагаемых мероприятий.

Область возможного практического применения результатов дипломной работы – ООО «ОЛИМП СМ» и другие предприятия отрасли.

Достоверность. Автор подтверждает, что приведенный расчетный материал правильно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.

 (подпись студента)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеенко, А.Г. Франчайзинг: сущность, понятия и история возникновения / А.Г. Алексеенко // Аллея науки. – 2016. – № 3 (3). – С. 280-284.
2. Анипко, И.И. Институт франшизы в гражданском праве: современные проблемы и зарубежный опыт / И.И. Анипко, С.И. Пальчикова // Сборник тезисов докладов научной конференции студентов и аспирантов Липецкого государственного технического университета. – 2016. – № 8. – С. 69-71.
3. Афанасьев, М.П. Маркетинг: стратегия и тактика развития фирмы: учеб. / М. П. Афанасьев. – М.: Издательский центр «Книга», 2016. – 304 с.
4. Бердина, М.Ю. Направления развития франчайзинга в Западной Европе / М.Ю. Бердина, А.Э. Бердин // Наука и образование в XXI веке: теория, методология, практика. – 2019. – № 4. – С. 58-70.
5. Бердина, М.Ю. Эволюция франчайзинга: от древности до наших дней / М.Ю. Бердина, А.Э. Бердин // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2019. – № 3. – С. 18-25.
6. Борейко, Н.А. Экономическая сущность франчайзинга для целей бухгалтерского учета как объекта интеллектуальной собственности / Н.А. Борейко // Совершенствование учета, анализа и контроля как механизмов информационного обеспечения устойчивого развития экономики. – 2015. – С. 33-38.
7. Бреусова, Е.А. Сбытовая политика в деятельности современной организации / Е.А. Бреусова, Е.В. Смирнова // Научно-методический журнал «Концепт». – 2016. – № 17. – С. 203-206.
8. Гатин, Р.С. Возникновение и развитие франчайзинга / Р.С. Гатин, Г.С. Сагдеева // Евразийский союз ученых. – 2018. – № 8-4 (53). – С. 24-25.
9. Глухова, Л.Ю. Развитие сбытовой политики предприятия / Л.Ю. Глухова, В.В. Пьянков // Молодежная наука: технологии, инновации. – 2017. – № 3. – С. 130-134.
10. Грицунова, С.В. Рынок франчайзинга в мире: актуальные вопросы функционирования / С.В. Грицунова, С.А. Щетинина // Поколение будущего: взгляд молодых ученых. – 2019. – № 1. – С. 78-81.
11. Евдокимов, М.А. Понятие и структура сбытовой политики предприятия / М.А. Евдокимов // Новые технологии – нефтегазовому региону. – 2017. – № 4. – С. 152-155.

12. Зеленко, Е.С. Франчайзинг на международном рынке / Е.С. Зеленко // 76-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета. – 2019. – № 6. – С. 338-341.
13. Земляков, Д.Н. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса: Учеб. пособие для вузов / Д.Н. Земляков, – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 142 с.
14. Идиатулина, А.И. Система формирования сбытовой политики предприятия / А.И. Идиатулина // Школа университетской науки: парадигма развития. – 2017. – № 2 (6). – С. 103-106.
15. Ильина, Н.В. К вопросу о сущности и роли сбытовой политики организации / Н.В. Ильина // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. – 2016. – № 16. – С. 45-49.
16. Карякина, Е.П. Франчайзинг: мировой опыт и российская практика / Е.П. Карякина // Хроноэкономика. – 2019. – № 2 (15). – С. 95-98.
17. Кравченко, В.А. Зарубежный опыт и российская практика развития франчайзинга / В.А. Кравченко, Л.Н. Леонтьева // Современная мировая экономика: вызовы и реальность материалы. – 2019. – № 7. – С. 48-52.
18. Лязгиева, Э.И. Франчайзинг как способ организации бизнеса / Э.И. Лязгиева // Развитие предпринимательства: новые горизонты. – 2017. – № 6. – С. 131-134.
19. Морозов, К.Ю. Франчайзинг как форма развития бизнеса: история становления и этапы развития / К.Ю. Морозов // Via scientiarum – Дорога знаний. – 2018. – № 3. – С. 53-59.
20. Мушкарова, О.М. Суть сбытовой политики в деятельности предприятия / О.М. Мушкарова, И.П. Шейнова // Современные аспекты экономики. – 2018. – № 7 (251). – С. 34-37.
21. Никитина, Л.А. Зарубежный опыт использования франчайзинга / Л.А. Никитина, А.В. Ротермель // Инновации в экономике. Промышленность, образование, финансы. – 2018. – № 2. – С. 456-465.
22. Николенко, А.С. Анализ состояния и эволюции франчайзинга в РФ и развитых зарубежных странах / А.С. Николенко, М.А. Бурчакова // Проблемы науки. – 2017. – № 2 (15). – С. 48-51.
23. Новиков, В.С. Сущность франчайзинга как формы предпринимательства / В.С. Новиков // Муниципальная академия. – 2016. – № 4. – С. 159-166.

24. Пекова, А.Л. Развитие франчайзинга как фактор поддержки малого бизнеса в современных условиях / А.Л. Пекова, С.Г. Ерохин // Молодой ученый. – 2017. – № 8 (142). – С. 186-189.
25. Рязанов, А.А. Современные виды франчайзинга / А.А. Рязанов // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. – 2019. – № 2 (29). – С. 87-93.
26. Саттар, Г. Сущность и история создания франчайзинга как формы ведения бизнеса / Г. Саттар // Модернизация экономики: потенциал и ограничения. – 2016. – № 8. – С. 117-120.
27. Сергеева, А.Ю. Сбытовая политика предприятия / А.Ю. Сергеева // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2017. – № 6. – С. 175-177.
28. Сосна, С.А. Франчайзинг. Коммерческая концессия / С.А. Сосна, Е.Н. Васильева. - М.: ИКЦ «Академкнига», 2015. – 375 с.
29. Сотникова, С.А. Особенности правовых основ франчайзинга: опыт зарубежных стран и уроки для России / С.А. Сотникова // Проблемы развития предприятий: теория и практика. – 2017. – № 6. – С. 199-203.
30. Стратегия и тактика ведения бизнеса / под ред. Г. И. Просветов. – М.: Альфа-Пресс, 2015. – 176 с.
31. Токарев, Б.К. Сбытовая политика предприятия / Б.К. Токарев. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 104 с.
32. Хамди, Х. Франчайзинг: суть и история / Х. Хамди, М.Я. Аль // Достижения современной науки и образования. – 2018. – № 2. – С. 37-39.
33. Шмакова, А.П. История развития и укрепления франчайзинга, как устойчивой бизнес-модели / А.П. Шмакова // Социально-экономические, институционально-правовые и культурно-исторические компоненты развития муниципальных образований. – 2018. – № 5. – С. 150-152.