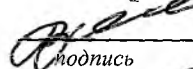


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, профессор

В.Ф.Володько


подпись

« 13 » 06 2018 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА В СИСТЕМЕ СБЫТА
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

Студент 10801214
группы


подпись

А.Н. Иванец

Руководитель
(ст.преподаватель)


подпись

Т.А. Морозова

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(ст.преподаватель)


подпись

Т.А. Морозова

по технологической части
(к.пед.н., доцент)


подпись

О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль
(ст.преподаватель)


подпись

И.В. Унукович

Объем работы:

дипломная работа – 83 страницы;

графическая часть – 10 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 83 стр., 18 рисунков и схем, 16 таблиц,
31 использованных источника

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, СБЫТ, МЕТОДЫ СБЫТА

Цель дипломной работы – анализ производственной деятельности предприятия и на его основе разработка сбытовой политики предприятия, направленной на повышение конкурентоспособности в условиях нестабильности рыночной среды.

Объект дипломного исследования – производитель автомобильной и прицепной техники специального назначения ОАО «Минский завод колесных тягачей».

Задачи дипломного исследования:

- 1) изучение теоретических основ сбытовой политики предприятия;
- 2) анализ производственной деятельности предприятия;
- 3) разработка сбытовой политики предприятия и основные направления ее совершенствования;
- 4) разработка технологии реализации внесенных предложений.

При проведении исследования использовался сравнительный способ обработки финансово-экономических показателей, также применялся графический метод, метод группировки данных.

В результате внедрения мероприятий по совершенствованию сбытовой деятельности, ОАО «МЗКТ» может увеличить объёмы производства продукции, а, следовательно, и выручку, за счет участия в выставках, за счет обновления продукции, за счет расширения дилерской сети, проведения рекламной компании и прочих мероприятий по активизации сбыта.

Область возможного практического применения результатов – предприятия, базирующиеся на выпуске специализированной продукции.

Расчетно-аналитический материал, приведенный в дипломной работе, правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич. – Минск: Выш. шк., 2015. – 447 с.
2. Акулич, М.В. Методы анализа структуры сбыта предприятие / М.В. Акулич // Продажи. – 2010. – №1/2. – с. 13-20.
3. Балабанова, Л.В. Маркетинговый аудит системы сбыта / Л.В. Балабанова. – Донецк: ДонГУЭТ им М.Туган-Барановского, 2012. – с. 89-96 .
4. Бурцева, Т.А. Управление маркетингом / Т.А. Бурцева. – М.: Экономист, 2015. – 223 с.
5. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / С. Н. Виноградова. – Минск.: Выш. шк., 2014. – 399 с.
6. Годин, А.М. Маркетинг / А.М. Годин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013. – 604 с.
7. Голиков, Е.А. Маркетинг и логистика / Е.А. Голиков. – М.: Издательский дом «Дашков и Ко», 2015. – 412 с.
8. Голубков, Е.П. Что такое маркетинговая политика / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – №6.
9. Голубков, Е.П. Маркетинг / Е.П. Голубков. – М.: Дело, 2008. – 588 с.
10. Гордон, М.П. Логистика товародвижения / М.П. Гордон. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2015. – 208 с.
11. Швандара, В.А. Предпринимательство: учебник для вузов / В.А. Швандара; под ред. В.Я. Горфинкеля. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 735 с.
12. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами / Д. Джоббер, Д. Ланкастер – Мн.: Амалфея, 2016. – 537 с.
13. Котлер, Ф. Основы маркетинга: учеб. пособие / Ф. Котлер, Д. Вильямс. – Москва: издательский дом, 2007. – 359 с.
14. Котлер, Ф. Основы маркетинга: учеб. пособие / Ф. Котлер. – Бизнес-книга, 2015. – 192 с.
15. Маркетинг: учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева [и др.]; под общ. ред. Р.Б. Ноздрева. – Москва: Юристь, 2016. – 95 с.
16. Мацуро, Ю.А. Стимулирование сбыта / Ю.А. Мацуро // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2015. – №1. – 56 с.
17. Поршнева, А.Г. Управление организацией / А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, под. ред. Н.А. Саломатина. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 669 с.
18. Прокопьев, В.В. Стратегическое планирование и управление / В.В. Прокопьев – М.: ИНФРА, 2015. – 284 с.

19. Робинсон, К. Конкурентоспособность и маркетинг / К. Робинсон // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2016. – №1. – 112 с.
20. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – Минск: Новое издание, 2016. – 292 с.
21. Сума, Г.З. Экономика предприятия: учеб. пособие / Г.З. Сума. – Минск: Новое издание, 2015. – 348 с.
22. Тедеева, Т.Б. Маркетинг / Т.Б. Тедеева. – Екатеринбург УрГЭУ: учебно-пособие, 2014. – 106 с.
23. Титаренко, Г.Д. Информационные технологии в маркетинге / Г.Д. Титаренко. – Москва: Эра, 2015. – 294 с.
24. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. – СПб: Питер, 2017. – 448 с.
25. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка / В.Е. Хруцкий, И.В. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 528 с.
26. Яшева, Г.В. Маркетинговые технологии повышения эффективности продаж в лёгкой промышленности / Г.В. Яшева // Маркетинг. – 2015. – №5. – 62 с.
27. Учебные документы для студентов [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://life.unoreferat.ru/1076268ref.html>.
28. Центр управления финансами // Основная маркетинговая политика [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://centeryf.ru/data/Marketologu/osnovnaya-marketingovaya-politika.php>.
29. Бизнес-план ОАО «МЗКТ».
30. Бухгалтерский баланс ОАО «МЗКТ» за 2016-2017 гг.
31. Отчет о прибылях и убытках ОАО «МЗКТ» за 2016-2017 гг.