

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

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой профессор

В.Ф.Володько


«18» 06 2018 г.

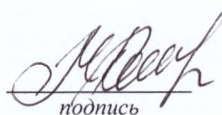
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ НА ОСНОВЕ
МАРКЕТИНГА»

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

Студент 30801213
группы


подпись

М.И. Каминская

Руководитель
(к.э.н., доцент)


подпись

А.В. Ковалев

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(к.э.н., доцент)


подпись

А.В. Ковалев

по технологической части
(ст. преподаватель)


подпись

В.Ф. Морозов

Ответственный за нормоконтроль


подпись

М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 80 страниц;

графическая часть – 10 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 80 стр., 14 рисунков и схем, 15 таблиц,

41 использованных источников

СБЫТ ПРОДУКЦИИ, РЕКЛАМА, СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАРКЕТИНГ, КАНАЛЫ СБЫТА

Цель исследования – разработать программу по совершенствованию системы сбыта продукции на предприятии.

Объект исследования – ООО «Вакси-Трейд».

Предмет исследования – организация сбыта продукции в ООО «Вакси-Трейд».

Реализация поставленной цели потребовала решения следующих задач:

1. Определить теоретические подходы к проблеме сбыта продукции.
2. Осуществить анализ факторов, влияющих на сбыт продукции ООО Вакси-Трейд».
3. Обосновать технологию реализации программы по совершенствованию сбыта продукции ООО «Вакси-Трейд».

Практическая значимость достигнутых результатов заключается в методологических и практических рекомендациях, связанных с выявлением резервов улучшения системы сбыта продукции, которые могут быть успешно использованы в других практике предприятий.

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. Гражданский Кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 28 октября 1998г.: одобрен Советом Республики. 19 ноября 1998 г.: текст Кодекса по состоянию на 30 января. 2014 г. – Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2014. – 450 с.
2. Закон Республике Беларусь «О рекламе» от 18 февраля 1997 г. N 19-3 (Ведомости Национального собрания Республики Беларусь, 1997 г., N 8, ст. 189.
3. Трудовой Кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 8 июня 1999 г.: одобрен Советом Республики 30 июня 1999 г.: текст Кодекса по состоянию на 28 января 2013г. – Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2013. – 256 с.
4. Аксёнова, К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций / К.А. Аксёнова. – М: Приор-издат, 2009. – 96 с.
5. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – Минск: БГЭУ, 2006. – 447 с.
6. Балашов, В.Г. Система маркетинга на предприятии / В.Г. Балашов // Практический маркетинг. 2000. – №3. – С.1-6.
7. Алексунин, В.А. Маркетинг: учебник / В.А. Алексунин. – М.: Дашков и К, 2009. – 448 с.
8. Байбардина, Т.Н. Поведение потребителей, / Т.Н. Байбардина, Г.Н. Кожухина, А.Я. Якимик – Минск: «Гревцов Букс», 2010. – 176 с.
9. Беляевский, И.К. Маркетинговые исследования / И.К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 220с.
10. Болт, Д. Практическое руководство по управлению сбытом / Д. Болт. – М.: Издательство Экономика, 2013. – 248 с.
11. Варламова, Т.П. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / Т.П. Варламова, М.А. Варламова. – М.: Дашков и К, 2012. – 302 с.
12. Виноградова, С.В. Коммерческая деятельность: учебник / С.В. Виноградова. – Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 285 с.
13. Виханский, О.С. Менеджмент: учебное пособие / О.С. Виханский. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 537 с.
14. Володько, В.Ф. Дипломная работа: методическое пособие. По специальностям «менеджмент» и «бухгалтерский учет, анализ и аудит» / В.Ф. Володько; 4-е изд. – Минск: БНТУ, кафедра менеджмента, 2014. – 71 с.
15. Гавриленко, Н.И. Основы маркетинга / Н.И. Гавриленко. – М.: Академия, 2011. – 320 с.

16. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М.:2008. – 258 с.
17. Гращенко, Т.М. Основы рекламы : методические рекомендации / Т.М. Гращенко. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2013. – 47 с.
18. Дурович, А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности / А.П. Дурович. – Мн.: НПЖ «Финансы, учет, аудит», 2010. – 225 с.
19. Данченко, Л.А. Основы маркетинга: учебное пособие / Л.А. Данченко – Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. – М.: МЭСИ, 2008. – 300 с.
20. Ефимова, С.А. Управление сбытом или как увеличить объем продаж / С.А. Ефимова – М.: Прогресс, 2004. – 396 с.
21. Захарова, Ю.А. Методы стимулирования сбыта / Ю.А. Захарова. – М.: Дашков и Ко 2016. – 120 с.
22. Клочкова, Е.Н. Экономика предприятия / Е.Н. Клочкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. – М.: Юрайт, 2016. – 448 с.
23. Кондрашов, В.М. Управление продажами / В.М. Кондрашов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 216 с.
24. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер – СПб.: Питер, 2008. – 698 с.
25. Лукина, Р.И. Искусство управления каналами сбыта. М.: Академия, 2003. – 243 с.
26. Любушин, Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Н.П. Любушин. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 444 с.
27. Организация торговли: хозяйственные ситуации, деловые игры: Учеб.пособ. / А.С. Артемьев, Н.К. Войтик, Е.С. Моисеенко [и др.]; под.ред. А.С. Артемьева. – Мн.: БГЭУ, 1996. – 125 с.
28. Платонов, В. Н. Организация торговли: Учеб. Пособие / В.Н. Платонов.– Мн.: БГЭУ, 2003. – 287 с.
29. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г.В. Савицкая; 2-е изд. – Минск: РИПО, 2012. – 367 с.
30. Савчук, В.П. Управление прибылью и бюджетирование: учебник / В.П. Савчук. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. – 432 с.
31. Санников, А.А. Эффективное управление сбытом / А.А. Санников. – М.: Прогресс, 2004. – 389 с.
32. Теплякова, Н.А. Финансы предприятий: учебно-методическое пособие: для студентов экономических специальностей / Н.А. Теплякова – Минск: БГЭУ, 2011. – 108 с.

33. Тихомиров, Н. Г. Модели и методы прогнозирования рынка / Н.Г. Тихомиров. – М., 2009 – 155с.
34. Токарев, Б.К. Сбытовая политика предприятия / Б.К. Токарев. – М.: Юнити-Дана, 2001.
35. Фридман, Лоуренс Дж; Фьюри, Тимоти Р. Новые каналы сбыта – главное преимущество компаний; – М.: Эксмо 2016. – 352 с.
36. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. Учеб.пособие / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева; 5-е изд. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 587 с.
37. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А. Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 208 с.
38. Шубенков, П.Н. Организация работы по охране труда / П.Н. Шубенков // Ахова працы. – 2002. – № 4. – 36 с.
39. Бухгалтерские балансы ООО «Вакси-Трейд» 2015 – 2017 годы.
40. Отчет о прибылях и убытках за 2015 – 2017 годы.
41. Устав ООО «Вакси-Трейд».