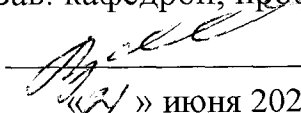


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»


РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:
Зав. кафедрой, профессор
 В.Ф. Володько
«4» июня 2021 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

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

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


Студент-дипломник, гр. 30801116

 С.С. Чимбур

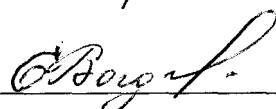
Руководитель, ст. преподаватель

 Ю.В. Семашко

Консультант, ст. преподаватель

 Ю.В. Семашко

Консультант по технологической
части, доцент

 Е.Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель

 А.К. Петрашкевич

Объем работы:

дипломная работа – 114 страниц;

графическая часть – 10 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 114 страниц, 13 рисунков и схем, 25 таблиц,
25 использованных источников

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дипломной работы – установление путей и разработка практической программы по совершенствованию системы управления маркетинговой деятельности организации.

Объект дипломного исследования – поставщик услуг комплексного продвижения бизнеса ООО «РОКИ МЕДИА».

Задачи дипломного исследования:

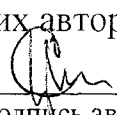
1. Раскрыть сущность маркетинговой деятельности предприятия;
2. Провести анализ маркетинговой деятельности ООО «РОКИ МЕДИА»;
3. Предложить направления совершенствования маркетинговой деятельности ООО «РОКИ МЕДИА»;
4. Разработать технологию реализации предлагаемых мероприятий

Методы исследования: контент-анализа литературных источников, табличный, графический методы, метод сравнения, метод логического обобщения материала.

Содержание дипломной работы: теоретические основы управления маркетинговой деятельностью предприятия, включая международные теории; оценка хозяйственной деятельности и конкурентоспособности базового предприятия; пути и программа повышения эффективности управления маркетинговой деятельностью базового предприятия; технологии реализации предлагаемой программы.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов дипломной работы – ООО «РОКИ МЕДИА» и другие организации комплексного продвижения бизнеса.

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


(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12.12.2011 N 1672 (ред. от 22.01.2016) "Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования"
2. Адизес, И. К. Управление жизненным циклом корпораций / И.К. Адизес; пер. с англ. В. Кузина. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 512 с.
3. Голова, А.Г. Управление продажами: учеб. пособие / А.Г.Голова. – Москва: Дашков и К, 2010 . – 280 с
4. Голубков, Е.П. Основы маркетинговой деятельности [Текст] : учебник / Е. П. Голубков. – М. : Фин-Пресс, 2012. – 688 с.
5. Еремин, В. Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации [Текст] : учебник / В. Н. Еремин. – М. : КНОРУС, 2013. – 656 с.
6. Зацепина Е.В. Измерение стартовых условий стратегии развития маркетинговой деятельности организации / Е.В. Зацепина // Сб.науч.ст. вып. 16; под общ. ред. В. Г. Шадурского. – Минск: Четыре Четверти, 2016 . – 346 с.
7. Исаева, Е.В., Дусь Ю.П. Программы взаимоотношений с потребителями как основа разработки маркетинговой стратегии // Экономические науки / Е.В. Исаева. – Омск., 2013. - № 9. - С. 39-42
8. Капон, Н. Управление маркетингом / Н.Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – Санкт – Петербург: Питер, 2010 . – 832 с.
9. Кузнецова, Л.В. Основы маркетинга: учеб. пособие / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 144 с.
10. Мазилкина, Е.И. Основы рекламы: учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. – М: Дашков и К, 2016– 286 с.
11. Макашева, З.М. Брендинг: учеб. пособие / З.М. Макашева, М.О. Макашев – Санкт-Петербург: Питер, 2011. - 288 с.
12. Минько, Э.В. Маркетинг: учеб. пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 351 с.
13. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: учеб. пособие, 8-е изд., испр. и доп. / Ю.В. Морозов. - Москва.: Дашков и К, 2013. - 148 с.
14. Нагапетьянц, Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для ВУЗа / Н.А. Нагапетьянц. – М.: Питер, 2007. – 272 с
15. Ноздрева Р.Б. Маркетинг / Р.Б. Ноздрева. - Москва: Аспект Пресс, 2016. – 448 с.
16. Реброва, Н.П. Основы маркетинга: учеб. пособие / Н.П. Реброва. – М.: Юрайт, 2015. - 277 с
17. Савчук, Г.А., Управление маркетингом на предприятии: учеб. пособие / Г.А. Савчук. – Екатеринбург: Изд-во Уральский университет, 2014. – 112 с

18. Садченко, К.В. Основы современного международного маркетинга. / К.В. Садченко. – Москва: ДиС, 2013. – 272 с.
19. Сайт глобальной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/> - Дата доступа: 30.04.2021.
20. Сайт системы Zoho CRM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.zoho.eu/crm/> – Дата доступа: 10.05.2021.
21. Сайт системы Битрикс24 CRM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bitrix24.by/> – Дата доступа: 10.05.2021.
22. Сайт системы BPM'online Sales [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.terrasoft.ru/sales> – Дата доступа: 10.05.2021.
23. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н. Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – Москва: Дашков и К, 2013. – 296 с
24. Управление маркетингом [Текст]: учеб. пособие / под ред. А. В. Короткова, И. М. Синяевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 463 с.
25. Что такое CRM [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.bitrix24.by/articles/crm_what_is.php – Дата доступа: 19.05.2021.