

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

«23» июня 2022 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И
ПУТИ ЕЁ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

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

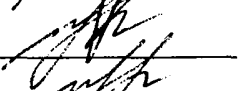
Направление специальности: 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-административный)

Специализация: 1-26 02-02-02 -01 Социальный менеджмент

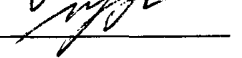
Студент-дипломник, гр. 30801218


А.В.Ширяй

Руководитель, ст. преподаватель


И.В. Унукович


Консультант, ст. преподаватель


И.В. Унукович

Консультант по технологической части, к.и.н., 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 2022

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 111 страниц, 12 рисунков и схем, 39 таблиц,
40 использованных источников

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ОЦЕНКА,
ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ, МЕРОПРИЯТИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Цель дипломной работы – поиск направлений совершенствования маркетинговой деятельности ТУП «Торговая компания Минск Кристалл Трейд».

Объект дипломного исследования – ТУП «Торговая компания Минск Кристалл Трейд».

Задачи дипломного исследования:

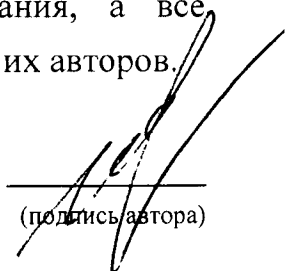
- 1) изучить теоретические основы и концепции маркетинговой деятельности;
- 2) провести анализ маркетинговой деятельности ТУП «Торговая компания Минск Кристалл Трейд»;
- 3) осуществить поиск направления совершенствования маркетинговой деятельности ТУП «Торговая компания Минск Кристалл Трейд»;
- 4) разработать технологию реализации предлагаемых мероприятий.

Методы исследования: теоретический анализ источников, сравнительный анализ, анализ отчетности предприятия, анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности.

Содержание дипломной работы: теоретические основы и концепции маркетинговой деятельности, анализ маркетинговой деятельности, направления совершенствования маркетинговой деятельности.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов исследования – ТУП «Торговая компания Минск Кристалл Трейд» и аналогичные предприятия.

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. Агафонова, М. Н. Экономический анализ в оптовой и розничной торговле и документооборот / М. Н. Агафонова. – М.: ГроссМедиа, 2019. – 704 с.
2. Алклычев, А. М. Экономика торговли: учеб. Пособие / Алклычев, А. М. – Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2020. – 160 с.
3. Баканов, М. И., Шеремет, А. Д. Теория экономического анализа: учеб. для студентов экон. спец. – 4-е изд., доп и перераб. / Баканов, М. И., Шеремет, А. Д. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 416 с.
4. Балабанов, И. Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта / Балабанов, И. Т. . 3-е изд., доп. М.: Финансы и статистика, 2017. – 352 с.
5. Басовский, Л. Е. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие / под ред. Л.Е. Басовского. – М.: ИНФРА-М., 2019. – 315 с.
6. Басовский, Л. Е. Финансовый менеджмент: учеб / Басовский, Л. Е.. – М.: Инфра-М, 2009. – 240 с.
7. Бахотский, В. В. Анализ маркетинговой деятельности. Часть II: учеб. пособие / В. В. Бахотский, И.П. Войку. – Псков: ПГУ, 2015. – 92 с.
8. Бланк, И. А. Управление прибылью. / Бланк, И. А. – М.: Ника-Центр, 2017. – 768 с.
9. Болт, Г.Д. Практическое руководство по управлению сбытом. / Болт, Г.Д. – М.: Юнити, 2019. – 364 с.
10. Борисов, Е. Ф. Маркетинговая деятельность: учеб. для студентов вузов по направлению и спец. «Экономика в торговле». / Болт, Г.Д. – М.: Юристь, 2020. – 568 с.
11. Бочаров, В. В. Организация маркетинговой деятельности. / Бочаров, В. В. – Спб.: Питер, 2020. – 408 с.
12. Бурцев, В. В. Система финансового контроля в сфере сбытовой деятельности предприятий / Бурцев, В. В. / Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2020. – № 2. – С. 47-49.
13. Виноградова, С. Н. Маркетинговая деятельность. / Виноградова, С. Н. – Минск: Высшая школа, 2019. – 352 с.
14. Володин, А. А. Справочник финансиста предприятия. / Володин, А. А. – М.: Инфра-М, 2019. – 540 с.
15. Воронов, Ю. П. Учет реализации товаров (пособие по практическому ценообразованию)/ Воронов, Ю. П. – М.: ЭКО, 2019. – 118 с.
16. Герасименко, В. В. Организация торговли. Учебное пособие. / Герасименко, В. В. – М.: Инфра-М, 2015. – 422 с.

17. Гиляровская, Л. Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. / Гиляровская Л. Т. (др.). – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2020 – 360 с.
18. Голубков, Е. П. Маркетинговая деятельность./ Голубков, Е. П. – М.: Фин-пресс, 2017. – 628 с.
19. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования цен /Голубков, Е. П. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – № 5. – С. 25-27.
20. Данченко, Л. А. Маркетинг: учеб. / Л. А. Данченко. – М.: Юрайт, 2014. – 486 с.
21. Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи / Дейян, А. – М.: Прогресс, 2020. – 189 с.
22. Еремин, В. Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации: учеб. / В.Н.Еремин. – М.: КноРУс, 2014. – 648 с.
23. Иванов, И. В. Маркетинговая деятельность. Стоимостной подход. / Еремин, В. Н.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2019. – 504 с.
24. Ингрэм, Т. Профессиональные продажи. – 4-е изд./ Ингрэм, Т. – СПб.: НЕВА, 2021. – 198 с.
25. Ковалев, В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика./ Ковалев, В. В. – М.,: проспект, 2019. – 1024 с.
26. Ковалева, А. М. Финансовый менеджмент: учеб. – 2-е изд., перераб. и доп./ Ковалева, А. М. – М.: Инфра-М, 2020. – 336 с.
27. Крутякова, Т. Л. Маркетинговая деятельность./ Крутякова, Т. Л. – М.: АйСи Групп, 2020. – 224 с.
28. Куприянова, Т. Особенности инвентаризации товаров / Куприянова, Т. // Консультант директора. – 2020. – № 1. – с.19-29.
29. Ланкастер, Дж. Продажи и управление продажами./ Ланкастер, Дж. – М.: ЮНИТИ, 2019. – 416 с.
30. Липсиц, И. В. Основы маркетинга: учебник / И. В Липсиц, М. Н. Дымшиц. – М.: Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.
31. Лысова, Н. А. Управление ценами./ Лысова, Н. А. – М.: КноРус, 2020. –197 с.
32. Любушин, Н. П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие./ Любушин, Н. П. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. – 405 с.
33. Макарьян, Э. А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие./ Макарьян, Э. А. – М.: КНОРУС, 2020. – 552 с.
34. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга: учеб. пособие / Ю. В. Морозов. – М.: Дашков и К, 2016. – 148 с.

35. Мещерякова, А. И. Управление товарным ассортиментом торговой компании./ Мещерякова, А. И. – М.: Маркет ДС, 2017. – 76 с.
36. Николаева, М. А. Товарная политика: учеб. / М.А. Николаева. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2015. – 255 с.
37. Осипова, Л. В. Основы маркетинговой деятельности / Осипова, Л. В. М.: ЮНИТИ ДАНА, 2017 – 307 с.
38. Патров, В. В. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании. 2-е изд. / Патров, В. В.СПб.: Питер, 2019 – 224 с.
39. Полунин, Л. В. Исследование системы оценки конкурентоспособности предприятий в инновационной региональной экономике/ Полунин, Л. В. // Социально-экономические явления и процессы. – Тамбов, 2019. – № 9. – С. 131-137.
40. Попов, Е. В. Продвижение товаров и услуг: учеб. Пособие / Полунин, Л. В. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 315 с.