

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ машиностроительный
КАФЕДРА «Инженерная экономика»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

 Т.А. Сахнович

« 20 » 06 2022 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

«Совершенствование маркетингового комплекса
ОАО «Амкодор-Белвар»

Специальность 1-27 01 01 «Экономика и организация производства»

Направление 1-27 01 01-08 «Экономика и организация производства
(приборостроение)»

Обучающийся
группы 10302217



В.К. Ковзан

Руководитель



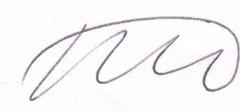
В.П. Акунец
к.э.н., доцент

Консультант



В.П. Акунец
к.э.н., доцент

Консультант по конструкторско-
технологическому разделу



Д.В. Балохонов
к.т.н., доцент

Консультант
по охране труда



Т.П. Кот
к.т.н., доцент

Ответственный
за нормоконтроль



О.А. Лавренова
ст.преподаватель

Объем проекта:

Пояснительная записка

115

страниц

Графическая часть

9

листов

Минск 2022

РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 115 с., 17 рис., 49 табл., 25 источников, 5 прил.

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ, СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА

Актуальностью темы обусловлена тем что комплекс маркетинга выступает в роли инструмента регулирования производства и сбыта.

Основной целью дипломного проекта является: на основе исследования и анализа деятельности ОАО «Амкодор-Белвар», разработать направления совершенствования маркетингового комплекса.

Объект дипломного проектирования – ОАО «Амкодор-Белвар»

Предмет дипломного проектирования – совершенствование маркетингового комплекса ОАО «Амкодор-Белвар».

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- изучить теоретические основы формирования комплекса маркетинга на предприятии;
- дать общую характеристику и провести анализ основных показателей ОАО «Амкодор-Белвар»;
- проанализировать основные направления маркетинговой политики ОАО «Амкодор-Белвар»;
- разработать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга ОАО «Амкодор-Белвар».

В процессе работы дипломного проекта выполнены следующие исследования: исследованы теоретические основы комплекса маркетинга; проанализирован маркетинговый комплекс ОАО «Амкодор-Белвар»; разработаны направления совершенствования маркетингового комплекса ОАО «Амкодор-Белвар» на основании проведенного анализа.

Элементами научной новизны (практической значимости) полученных результатов являются разработка конкретных мероприятий в ОАО «Амкодор-Белвар».

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломном проекте расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (объекта), все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Адаменкова, А. И. Анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия и инвестиционных решений / С.И. Адаменкова, О. С. Евменчик. – Минск: Издательство «Регистр», 2020. – 384 с.
- 2 Бабук, И. М. Экономика промышленного предприятия / И. М. Бабук, Т. А. Сахнович. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 439 с.
- 3 Василевич, В.И. Организация производства и управление предприятием. Пособие / В.И. Василевич, Л.М. Короткевич. – Минск: БНТУ, 2015.
- 4 Высочина, М. В. Разработка элементов модели оценки эффективности функционирования предприятия / М. В. Высочина / Маркетинг отрасли. – 2018. – №55. – С. 7–10.
- 5 Глубокий, С.В. Маркетинг инноваций. Методические указания и индивидуальные задания для практических занятий / С.В. Глубокий, Н.В. Макаревич. – Минск: Бестпринт, 2016. – 70 с. Маркетинговый анализ / под ред. М. В. Мельник, С. Е. Егорова. – Москва: Рид Групп, 2018. – 384 с.
- 6 Гришина, В. Т. Теоретические аспекты разработки маркетинговых стратегий организаций / В.Т. Гришина, О.Г. Бондаренко // Вестник РГТЭУ. - 2019. – № 12. – С. 92-100.
- 7 Данько, Т. П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: учебник / Т.П. Данько, М.П. Голубев. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 416 с.
- 8 Демченко, А.Н. Маркетинговые стратегии в бизнесе / А.Н. Демченко // Маркетинг. – 2021. – №5. – С. 38-45.
- 9 Дойль, П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / П. Дойль. – Санкт Петербург: Амфилус, 2018. – 480 с.
- 10 Железко, Б. А. Инжиниринг бизнес-процессов: пособие для обучающихся по специальности 1-27 80 01 «Инженерный бизнес (по направлениям)» / Б. А. Железко, О. А. Лавренова. – Минск: БНТУ, 2021. – 102 с.
- 11 Куневич, О. В. Маркетинг: учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей / О.В. Куневич – Минск: БНТУ, 2020. – 45с.
- 12 Королько, А.А. Организация производства. Учебно-методическое пособие / А.А. Королько, С.В. Морозова [и др]. – Минск: ФУ «Аинформ», 2015. Лазаренко, А. М. Охрана труда: учебник / А. М. Лазаренков. – Минск: ИВЦ Минфина, 2020. – 464 с.
- 13 Короткевич, Л.М. Экономика предприятия промышленности: пособие для слушателей системы повышения квалификации и переподготовки кадров по экономическим специальностям / Л.М. Короткевич; БНТУ, Филиал БНТУ «Институт повышения квалификации и переподготовки кадров по новым направлениям развития техники, технологии и экономики БНТУ». –

Минск: БНТУ, 2015. – 118 с. Полевода, С. В. Методические основы маркетингового анализа / С. В. Полевода // Учет и статистика. - 2020. – № 2 (38). – С. 57-63.

14 Никонова, Н. В. Содержание понятия маркетинговый анализ / Н. В. Николаева // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. – 2021. – № 21. – С. 143-148.

15 Просветов, Г. И., Маркетинговые исследования: задачи и решения: учеб.-практ. пособие / Г. И. Просветов. – М. : Альфа-Пресс, 2019. – 233 с

16 Романов, А.А. Маркетинговые коммуникации: учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2020. – 384 с.

17 Степанычева, Е. В. Генезис маркетинга и его современная парадигма / Е. В. Степанычева // Социально-экономические явления и процессы. – 2020. – №1. – С. 124-126.

18 Филиппова, И. А. Маркетинговые исследования и интеллектуальная собственность / И. А. Филиппова // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2018. – № 1. – С. 12-17.

19 Цифровой маркетинг: пособие для обучающихся по специальности 1-27 80 01 «Инженерный бизнес (по направлениям)» профилизация «Экономика и организация производства (машиностроение)» / сост.: Б.А. Железко, О.А. Лавренова. – Минск: БНТУ, 2022. – 46 с.

20 Шкардун, В. А. Оценка готовности предприятия к реализации маркетинговой стратегии / В.А. Шкардун, Ахтямов Т.В. // Маркетинг. – 2019. – № 3 (58). – С. 21-28.