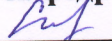


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ машиностроительный
КАФЕДРА «Инженерная экономика»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

 Т.А. Сахнович
«17» 06 2022 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

*«Совершенствование маркетинговой деятельности
ОАО «ММЗ имени С.И. Вавилова – УКХ «БелОМО»*

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

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

Обучающийся
группы 10302217



А.А. Вергейчик

Руководитель

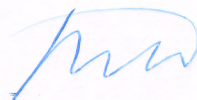
Е.В. Гурина
к.э.н., доцент

Консультант



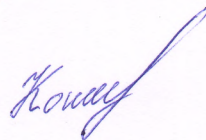
Е.В. Гурина
к.э.н., доцент

Консультант по инженерно-
технологическому разделу



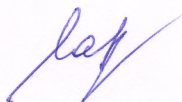
Д.В. Балохонов
к.т.н., доцент

Консультант
по охране труда



Т.П. Кот
к.т.н., доцент

Ответственный
за нормоконтроль



О.А. Лавренова
ст.преподаватель

Объем проекта:
Пояснительная записка
Графическая часть

100 страниц
9 листов

Минск 2022

РЕФЕРАТ

Дипломный проект: 100с, 10 рис, 55 табл, 31 источник

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПОНЯТИЕ «МАРКЕТИНГ», ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Актуальность темы обусловлена значимостью маркетинговой деятельности, как фактора повышения уровня конкурентоспособности предприятий.

Основной целью дипломного проекта является: на основе исследования и анализа деятельности ОАО «ММЗ имени С.И. Вавилова – УКХ «БелОМО», обосновать основные направления повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

Объект дипломного проектирования – ОАО «ММЗ имени С.И. Вавилова – УКХ «БелОМО».

Предмет дипломного проектирования – маркетинговая деятельность предприятия на внешних и внутренних рынках.

Основные задачи дипломного проектирования:

- исследовать экономическую сущность понятия «маркетинговая деятельность и основные теоретико-методические подходы к определению уровня эффективности маркетинговой деятельности;
- проанализировать состояние и динамику основных экономических показателей производственно-хозяйственной деятельности ОАО «ММЗ имени С.И. Вавилова – УКХ «БелОМО»;
- исследовать состояние и основные направления совершенствования маркетинговой деятельности предприятия;
- обосновать экономическую эффективность методов формирования маркетинговых стратегий предприятия на внутреннем и внешних рынках;
- охарактеризовать технологический процесс изготовления соковыжималки;
- обосновать основные направления по охране окружающей среды при изготовлении;
- обобщить показатели эффективности проектных решений.

В процессе разработки дипломного проекта применялись методы определения и обоснования величины: хозяйственных резервов, анализа: а) динамики и выполнения плана производства и реализации продукции; б) динамики ассортимента и структуры продукции; в) интенсивности и эффективности использования производственных ресурсов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Автоматизация бизнес-процессов на предприятии: практикум для студентов направления специальности 1-27 01 01-01 «Экономика и организация производства (машиностроение)»: в 2 ч. / сост.: О.А. Лавренова, И.Р. Гребенников. – Минск: БНТУ, 2020. – Ч.1 – 96 с.
2. Адаменкова, С.И. Анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия и инвестиционных решений / С.И. Адаменкова, О.С. Евменчик. – Минск: Издательство «Регистр», 2020. – 384 с.
3. Акулович, Л.М. Основы автоматизированного проектирования технологических процессов в машиностроении: учебное пособие / Л. М. Акулович, В. К. Шелег. – Минск: Новое знание; Москва: ИНФРА-М, 2020. – 488 с.
4. Бабук, И.М. Экономика промышленного предприятия / И.М. Бабук, Т.А. Сахнович. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 439 с.
5. БелОМО/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/БелОМО> – Дата доступа: 19.04.2022.
6. Большая экономическая энциклопедия [Текст] /Т.П. Варламова, Н.А. Васильева. – М.: Эксмо, 2007. – 816 с.
7. Василевич, В.И. Организация производства и управление предприятием. Пособие / В.И. Василевич, Л.М. Короткевич. – Минск: БНТУ, 2015.
8. Генеральный план предприятия/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://financial-opp.ru/leksii-po-organizatsii-proizvodstva/232-generalnyj-plan-predpriyatiya.html> – Дата доступа: 18.05.2022.
9. Герасименко В.В. Ценообразование. учеб. Пособие. М. ИНФРА-М. 2017 г. 422 с.
10. Глубокий, С.В. Маркетинг инноваций. Методические указания и индивидуальные задания для практических занятий / С.В. Глубокий, Н.В. Макаревич. – Минск: Бестпринт, 2016. – 70 с.
11. ГОСТ 12.0.003-74 «Опасные и вредные производственные факторы. Классификация».
12. Есипова В. Е. Цены и ценообразование / В. Е. Есипова. – СПб., 2015. – 304 с. 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.
13. Кабанова, Е. А. Перспективное планирование на предприятии / Е. А. Кабанова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 40 (174). – С. 118-120. – URL: <https://moluch.ru/archive/174/45867/> (дата обращения: 21.04.2022).
14. Костюкевич, Е.Н. Оперативное планирование на машиностроительном предприятии. Лабораторный практикум для студ спец. 1-27 01 01 «Экономика и организация производства» / Е.Н. Костюкевич. – Минск: БНТУ, 2015.
15. Костюкевич, Е.Н. Электронный учебно-методический комплекс по дисциплине «Организация производства» / Е.Н. Костюкевич. –

Рег. № 1061404094 от 12.06.2014. – Минск: НИРУП «ИППС», 2014.5. ГОСТ 2.105-95. ЕСКД. Общие требования к текстовым документам.

16. Лавренова, О.А. Железко Б.А. Цифровой маркетинг: Пособие для обучающихся по специальности 1-27 80 01 «Инженерный бизнес (по направлениям)» профилизации «Экономика и организация производства (машиностроение)»

17. Куневич, О.В. Маркетинг: учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей / О.В. Куневич. – Минск: БНТУ, 2020. – 45 с.

18. Лавренова, О.А. Информационные технологии в экономике: пособие для обучающихся по специальности 1-27 01 01 «Экономика и организация производства (по направлениям)»: в 2 ч. / О.А. Лавренова, Б.А. Железко. – Минск: БНТУ, 2021, Ч.1 – 129 с.

19. Официальный сайт БелОМО/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belomo.by/> – Дата доступа: 19.04.2022.

20. Показатели финансового анализа/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finacademy.net/materials/article/pokazateli-finansovogo-analiza-predpriyatiya> – Дата доступа: 09.05.2022.

21. Показатели деловой активности предприятия/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fin-admin.com/finansovyyj-analiz/10-pokazateli-delovoj-aktivnosti-predpriyatiya.html> – Дата доступа: 14.04.2022.

22. Перспективные и текущие планы предприятия / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ebooks.grsu.by/planir_na_predpr/perspektivnye-i-tekushchie-plany-predpriyatiya.htm – Дата доступа: 20.05.2022.

23. Приложение к приказу от 16.09.2015 № 316 «Структура управления ОАО «ММЗ имени С.И.Вавилова – УКХ«БелОМО»».

24. Пунин. Е.И. Ценообразование и рынок: Пер. с англ./ Общ. Ред. И предисл. Е.И. Пунина и С.Б. Рычкова. – М.: Прогресс, 2012. – 320 с.

25. Рентабельность затрат/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/rentabelnost-zatrat> - Дата доступа: 13.05.2022.

26. Савчук, В. Оценка эффективности маркетинговых программ / В. Савчук, Будаева. Е. // Экономика Украины. – 2021. – №5. – С. 47–52.

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

28. Уваров, С.А. Маркетинг: учебное пособие / Уваров С. А. – СПб.: Издательский Дом «Бизнес-пресса», 2018. – 208 с.

29. Управление маркетингом / под ред. Васильева Г. В. – Москва: Экономика, 2019. – 560 с.

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

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