

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
КАФЕДРА «БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЕ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
Е.В. Бертош
«01» 06 2026 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

«Совершенствование системы продвижения сельскохозяйственной
продукции на внешние рынки»

Специальность 1 – 25 01 07 «Экономика и управление на предприятии»


Специализация 1 – 25 01 07 11 «Экономика и управление на предприятии
промышленности»

Обучающийся
группы 10502222


(подпись, дата)


Ж.И. Жамалов

Руководитель


(подпись, дата)

С.А. Грицевич

Консультанты:
по организационно-
экономическим вопросам


(подпись, дата)

С.А. Грицевич

по организации
внешнеэкономической
деятельности


(подпись, дата)

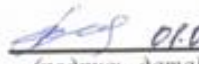
Г.В. Прибыльская

по конструкторско-
технологическим вопросам


(подпись, дата)

О.В. Дьяченко
канд. техн. наук, доцент

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ


(подпись, дата)

А.Е. Филиченок

Ответственный за
нормоконтроль


(подпись, дата)

Н.В. Дашкевич

Объем работы:
расчетно-пояснительная записка – 123 страниц;
графическая часть – 11 листов;
магнитные (цифровые) носители – 1 единиц.

Минск 2026

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 183 с., 24 рис., 42 табл., 27 источников, 5 прил.

ПРОДВИЖЕНИЕ, ВНЕШНИЕ РЫНКИ, РЕКЛАМА, РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ, СТРАТЕГИЯ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Цель работы: исследование особенностей построения маркетинговой стратегии по продвижению сельскохозяйственной продукции на внешние рынки в рамках функционирования РНУП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси» и разработка направлений ее совершенствования на основе комплексного анализа производственно-финансовых показателей и конъюнктуры целевых сегментов сбыта

Задачи исследования: исследование особенностей построения маркетинговой стратегии по продвижению сельскохозяйственной продукции на внешние рынки в рамках функционирования научных предприятий; разработка мероприятий по совершенствованию системы договорных взаимоотношений с иностранными потребителями и оптимизации инструментария маркетинговых коммуникаций; проведение расчета экономической эффективности предлагаемых направлений совершенствования маркетинговой стратегии; рассмотреть документационное обеспечение внешнеэкономической деятельности предприятия; изучить охрану труда; рассмотреть охрану окружающей среды.

Объектом исследования является деятельность РНУП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси».

Предметом исследования являются инструменты продвижения.

Научная значимость (исходя из задач исследования дипломной работы): представлено научно-исследовательское обоснование совершенствования стратегии продвижения продукции на внешние рынки.

Практическая значимость полученных результатов состоит в повышении эффективности работы предприятия и улучшении его финансового состояния, которое было достигнуто путем совершенствования системы продвижения сельскохозяйственной продукции на внешние рынки.

Методы исследования: исторический, формально–логический, сравнительный, графический, статистический, системно–структурный и конкретно–социологический анализы.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их автора.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ахрамович, В. С. Мировой опыт стимулирования экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия и тенденции развития международной торговли / В. С. Ахрамович, Д. С. Пашкевич // Молодежь в науке – 2016 : сб. материалов Междунар. конф. молодых ученых, Минск, 22–25 нояб. 2016 г. : в 2 ч. / Нац. акад. наук Беларуси, Совет молодых ученых НАН Беларуси ; редкол.: В. Г. Гусаков (гл. ред.) [и др.]. – Минск : Беларус. навука, 2017. – Ч. 1 : Аграрные науки. – С. 8–20.
2. Гусаков, В. Г. Продовольственная безопасность Республики Беларусь в условиях развития международных интеграционных процессов. Мониторинг 2021 / В. Г. Гусаков [и др.]. – Минск : Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2022. – 215 с.
3. Гусаков, В. Г. Совершенствование системы сбыта в агропродовольственной сфере. Теория, методология, практика / В. Г. Гусаков [и др.]. – Минск : Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2010. – 252 с.
4. Далисова, Н. А. Приоритетные направления развития регионального экспорта продукции АПК : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Красноярск, 16–17 нояб. 2023 г. / редкол.: Н. А. Далисова (отв. ред.) [и др.] ; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2024. – 390 с.
5. Детали машин : учеб.-метод. пособие для студентов машиностроит. специальностей : в 3 ч. / А. Т. Скойбеда [и др.] ; под общ. ред. А. Т. Скойбеда. – Минск : БНТУ, 2019. – Ч. 1 : Механические передачи. – 215 с.
6. Карамышева, Ю. Д. Рекламная деятельность в интернете как способ продвижения брендов / Ю. Д. Карамышева // Статистические методы исследования социально-экономических и экологических систем региона : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. – 2020. – С. 142–148.
7. Кожекин, Г. Я. Маркетинг предприятия : учеб. пособие / Г. Я. Кожекин. – Минск : Мисанта, 2020. – 119 с.
8. Косова, А. Зарубежный опыт оценки и прогнозирования эффективности функционирования отраслей агропромышленного производства в условиях интегрированных кооперативно-интеграционных структур / А. Косова // Аграрная экономика. – 2022. – № 8. – С. 87–96.
9. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер Ком, 2018. – 896 с.
10. Котлер, Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер. – 2-е европ. изд. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2018. – 105 с.
11. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2021. – 1152 с.
12. Курулев, А. П. Основы менеджмента / А. П. Курулев. – Минск : ИСЗ, 2018. – 140 с.
13. Мальцева, В. А. Государственная поддержка сельского хозяйства в зарубежных странах: эволюция теории и практики реализации / В. А.

- Мальцева. – Екатеринбург : УМЦ УПИ, 2015. – 228 с.
14. Му Чжан. Международная торговля сельскохозяйственной продукцией Китая на фоне глобальной нестабильности / Му Чжан, Фей Лю, И. Ф. Суханова, И. Х. Насимов // Научное обозрение: теория и практика. – 2023. – Т. 13, № 3 (97). – С. 38–41.
 15. Никитина, В. В. Инновации в рекламной деятельности: технологии и оценки потребителей / В. В. Никитина // Современные аспекты коммерческой деятельности на потребительском рынке : сб. материалов Всерос. (нац.) науч.-практ. конф. – Новосибирск, 2021. – С. 101–106.
 16. Пелих, С. А. Производственный менеджмент. Управление предприятием : учеб. пособие / С. А. Пелих. – Минск : БГЭУ, 2018. – 561 с.
 17. Пилипук, А. Применение мирового опыта развития и стимулирования экспортной деятельности предприятий АПК в Республике Беларусь / А. Пилипук. – Минск : Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2020. – 56 с.
 18. Потемкин, М. С. Организационное развитие рекламной деятельности и социальные практики / М. С. Потемкин // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2022. – № 3. – С. 155–160.
 19. Разакова, Д. И. Современные тенденции развития интернет-маркетинга и электронной коммерции / Д. И. Разакова // Статистика, учет и аудит. – 2022. – № 3 (74). – С. 184–188.
 20. Рожков, И. Я. Международное рекламное дело / И. Я. Рожков. – М. : Банки и биржи, 2022. – 330 с.
 21. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – Минск : Новое знание, 2017. – 688 с.
 22. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Минск : Новое знание, 2017. – 704 с.
 23. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. – 10-е изд., испр. – М. : Новое знание, 2020. – 640 с.
 24. Сеница, Л. М. Организация производства : учеб. пособие для студентов вузов / Л. М. Сеница. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : ИВЦ Минфина, 2020. – 521 с.
 25. Соловьев, Б. А. Управление маркетингом : 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 13 / Б. А. Соловьев. – М. : ИНФРА-М, 2020. – 336 с.
 26. Чжао, Ц. Модели и методы исследования рекламной деятельности предприятий оптовой торговли / Ц. Чжао, Ф. Янь // Молодой ученый. – 2020. – № 12 (250). – С. 124–129.
 27. Шеламова, Н. А. Программы продвижения сельскохозяйственной продукции в экспортной политике США / Н. А. Шеламова // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2020. – № 5. – С. 59–68.