

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

Л.В. Гринцевич

«12» 06 2018 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

«Внедрение инновационных методов маркетинга на предприятии (на
примере ОАО «МЗКТ»)»

Специальность 1 – 27 03 01 «Управление инновационными проектами
промышленных предприятий»

Обучающийся
группы 10507113

В.С. Матюшонок
(подпись, дата)

В.С. Матюшонок

Руководитель

Н.В. Жудро
(подпись, дата)

Н.В. Жудро,
канд. экон. наук, доцент

Консультанты:

по организационно-
экономическому разделу

Н.В. Жудро
(подпись, дата)

Н.В. Жудро,
канд. экон. наук, доцент

по организации
внешнеэкономической
деятельности

Г.В. Прибыльская
(подпись, дата)

Г.В. Прибыльская

по конструкторско-
технологическому разделу

А.А. Заболотец
(подпись, дата)

А.А. Заболотец

по применению экономико-
математических методов и ЭВМ

Е.О. Пиццало
(подпись, дата)

Е.О. Пиццало

по охране труда

И.А. Батяновская
(подпись, дата)

И.А. Батяновская

Ответственный за нормоконтроль

Т.К. Савко
(подпись, дата)

Т.К. Савко

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 173 страниц

графическая часть – 8 листов

магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 173 с., 52 рис., 40 табл., 42 источник, 3 прил.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, СИСТЕМА СБЫТА, КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ, МАРКЕТИНГОВЫЙ КОМПЛЕКС, ПОРТФЕЛЬ ЗАКАЗОВ, ПОТРЕБИТЕЛИ, РЫНКИ СБЫТА, ПРОДАЖИ, АВТОМОБИЛЬНАЯ ТЕХНИКА, СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА.

Объектом исследования является ОАО «Минский завод колесных тягачей».

Цель работы – всестороннее исследование и формирование обоснованных предложений по совершенствованию комплекса маркетинга на предприятии.

В процессе работы выполнены следующие исследования: проведен анализ технико-экономических показателей деятельности предприятия, изучены теоретические аспекты формирования комплекса маркетинга, проведен анализ системы сбыта продукции ОАО «МЗКТ».

Элементами научной новизны полученных результатов являются разработанные рекомендации по внедрению инновационных методов маркетинга на ОАО «МЗКТ».

В ходе дипломной работы прошли апробацию такие предложения, как изменение организационной структуры управления продаж и маркетинга, внедрение системы управления отношениями с клиентами (CRM-системы), совершенствование системы планирования производства (Just-in-time-система), активизация использования финансового инструмента лизинга; введение в практику информационного стенда, повышающего мотивацию работников.

Результаты внедрения: разработанные рекомендации могут быть использованы в управлении продаж и маркетинга ОАО «МЗКТ».

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

деятельн
эфективн

та
теля о
ении
ОАО
ОАО
ОАО
ОАО
ОАО
ОАО
ОАО
ОАО
ОАО

В. Жудро

В. Жудро

ОШОНОК

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Внешняя торговля Беларуси [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.mfa.gov.by/export/>, свободный, Загл. с экрана. – Яз. рус.
2. Дадалко, С.В. Внешнеэкономическая деятельность: курс лекций для студентов экономических специальностей высших учебных заведений / С.В. Дадалко, З.Н. Козловская. – Минск: БНТУ, 2008. – 243 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2012. – 480 с.
4. Глубокий С.В. Стратегический и оперативный маркетинг: Методическое пособие по курсовому и дипломному проектированию для студентов специальностей «Маркетинг» и «Бизнес-администрирование». Часть 2 / С.В. Глубокий, А.Ф. Зубрицкий. – Минск, ВУЗ-ЮНИТИ, 2003. – 240 с.
5. Макаревич, Н.В. Прогнозируем выход из кризиса/ Н.В. Макаревич/ Журнал «Маркетинг: идеи и технологии», Минск, ООО «Промкомплекс», – 2013 – №1 – с. 47-49.
6. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л.Акулич. – 6-е изд., испр. —Минск: Выш.шк., 2009.- 511 с.
7. Новый рекламных ход в Минске [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://marketing.by/main/school/practice/0042287/>, свободный. Загл. с экрана. – Яз. рус.
8. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер /Филип Котлер; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2010 – 211 с.
9. Врублевский, В.О. Мы делаем аромаркетинг популярным в стране/ В.О. Врублевский/ Журнал «Маркетинг: идеи и технологии», Минск, ООО «Промкомплекс», – 2013 – №3 – с. 14-16.
10. Нестандартная реклама как способ продвижения товара [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://promopuls.blogspot.com/2010/06/blog-post_7268.html, свободный. Загл. с экрана. – Яз. рус.
11. Нестандартная реклама: преимущества и недостатки [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sostav.by/articles/nestandardnaya-reklama--preimushchestva-i-vedostatki.html>, свободный. Загл. с экрана. – Яз. рус.
12. «Nota Bene» Экономический интернет-журнал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nbene.narod.ru>, свободный.- Загл. с экрана. – Яз. рус.
13. Внешнеэкономическая деятельность [Электронный ресурс] <http://pravo.by/main>, свободный. Загл. с экрана. – Яз. рус.
14. О государственном регулировании внешнеэкономической деятельности. Закон Республики Беларусь 25.11.2004 № 347-З.
15. Маляренко, А.Д.. Конструкторско-технологическое обеспечение производства: Метод. пособие по дипломному проектированию для студентов экономических специальностей. – Минск: ВУЗ-ЮНИТИ, 2004. – 119с.

16. Козлов, С.М., Грибкова В.П. Руководство к решению задач математического программирования в среде MS Excel. — Минск: ВУЗ-ЮНИТИ, 2003. — 61 с.
17. Фролов, Т. Н. Безопасность жизнедеятельности. Охрана труда: учеб. пособие — М: Феникс, 2008. — 750 с.
18. Лазаренков, А.М. Охрана труда: Учебник — Минск: БНТУ, 2004. — 497с.
19. СанПин 9-131 РБ 2000 «Гигиенические требования к видеодисплейным терминалам, ЭВМ и организации работы»
20. СанПин 2.2.4/2.1.8.10-32-2002 «Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки»
21. СанПин №9-80 РБ 98 «Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений».
22. СНБ 2.04.05-98 «Естественное и искусственное освещение»
23. СНБ 2.02.01-98 «Пожарно-техническая классификация зданий, строительных конструкций и материалов»
24. НПБ РБ 2.06-2000 «Общие правила пожарной безопасности РБ для промышленных предприятий»
25. СанПиН 2.1.5.980-00 «Водоотведение населенных мест, санитарная охрана водных объектов».
26. Официальный сайт Президента Республики Беларусь (<http://www.president.gov.by>)
27. Министерство статистики и анализа Республики Беларусь [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Мн.: Министерство статистики и анализа Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by> — Загл. с экрана. — Яз. рус.
28. Интернет издание «Маркетингист» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.marketingist.ru>, свободный.- Загл. с экрана. — Яз. рус.
29. «Nota Bene» Экономический интернет-журнал [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.nbene.narod.ru>, свободный.- Загл. с экрана. — Яз. рус.
30. Интернет издание «Маркетинг журнал 4p» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.4p.ru>, свободный.- Загл. с экрана. — Яз. рус.
31. Экономическая газета [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Мн.: Экономическая газета. — Режим доступа: <http://www.neg.by> — Загл. с экрана. — Яз. рус.
32. Мировая экономика: новости, статьи, статистика [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.ereport.ru>, свободный. -Загл. с экрана. — Яз. рус.
33. Википедия свободная энциклопедия [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>, свободный. Загл. с экрана. — Яз. рус.
34. Крофт, М. Дж. Сегментирование рынка / М. Дж. Крофт. — СПб.: Питер, 2001. — с. 51.

35. Матанцев, А.Н. 600 способов продвижения торговой марки / А.Н. Матанцев. – М.: Изд-во «ВоДИС», 2003. – 321 с.
36. Моисеева, Н.К. Брендинг в управлении маркетингом: моногр. / Н.К. Моисеева, М.Ю. Рюмин. – М.: Омега-Л, 2006. - 148 с.
37. Мельникова, Н.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н.А. Мельникова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009. – 180 с.
38. Мокшанцев, Р.И. Психология рекламы / Р.И. Мокшанцев. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 230с.
39. Овчаренко, А.Н. Основы рекламы / А.Н. Овчаренко. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 496 с.
40. Перси, Л. Стратегическое планирование рекламных компаний / Л. Перси, Р. Эллиот. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 416 с.
41. Пономарева, А.М. Основы рекламной деятельности. Организация, планирование, оценка / А.М. Пономарева. – М.: Инфра-М, 2008. – 192 с.
42. Почепцов, Г.Г. Стратегические коммуникации. Стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении / Почепцов. - М.: Альтпресс, 2008. – 224 с.