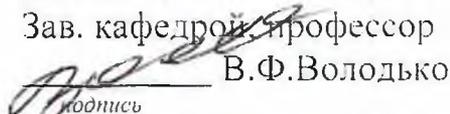


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ  
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, профессор

В.Ф.Володько

  
подпись

«13» 06 2018 г.

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

**РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ  
ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ**

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент 10801214  
группы

  
подпись

В.Г. Коптыш

Руководитель  
(ст. преподаватель)

  
подпись

Н.Г. Аснович

Консультанты:  
по управленческой и по  
экономической части  
(ст. преподаватель)

  
подпись

Н.Г. Аснович

по технологической части  
(к.п.н., доцент)

  
подпись

О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль  
(ст. преподаватель)

  
подпись

И.В. Унукович

Объем работы:

дипломная работа – 81 страница;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 81 стр., 15 рисунков и схем, 23 таблиц,  
30 использованных источников

### МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

*Цель* дипломной работы – исследование теоретических и практических аспектов маркетинговой стратегии продвижения товара на примере Барановичского райпо, оценка и анализ маркетинговой стратегии продвижения товара.

*Объект* дипломного исследования – Барановичское райпо.

Предметом исследования является разработка маркетинговой стратегии продвижения.

*Задачи* дипломного исследования:

1. Изучить ключевые стратегии продвижения товаров для современного предприятия.
2. Анализ деятельности предприятия.
3. Разработка предложений и мероприятий по внедрению маркетинговой стратегии продвижения товара.
4. Разработать технологию реализации предлагаемой программы.

Элементом новизны полученных результатов является мероприятия по разработке маркетинговой стратегии продвижения товара.

Область возможного практического применения результатов – Барановичское райпо.

Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Кодекс Респ. Беларусь, 7 декабря 1998 г. №218-3: принят Палатой представителей 28 октября 1998 г.: одобрен Советом Респ. 19 ноября 1998 г.: в ред. от 05.01.2014 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
2. О некоторых вопросах бухгалтерского учета: постановление Министерства финансов Республики Беларусь, 30 апреля 2012 г., № 25. // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2013.
3. Володько, В.Л. Дипломная работа: методическое пособие. По специальностям «менеджмент» и «бухгалтерский учет, анализ и аудит». / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, кафедра менеджмента, 2014. – 71 с.
4. Головачев, А.С. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / А.С. Головачев. – Минск: Вышэйшая школа, 2015. – 687 с.
5. Ковалева, А. М. Экономический анализ: учебник / А.М. Ковалева. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 412 с.
6. Международные стандарты финансовой отчетности 2006: издание на русском языке М.: Аскери-АССА, 2006. – 1060 с.
7. Мильнер, Б.З. Теория организации. Учебник. Изд. четвертое, переработанное и дополненное / Б.З. Мильнер. – М.: Ин-фра-М, 2004. – 524 с.
8. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Котлер Ф.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2011. – 658 с.
9. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева [и др.]; под ред. Г.Д. Крылова. – М.: Юристъ, 2010. – 512 с.
10. Крылова, Г. Д. Маркетинг. Теория и практика: учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. спец. / Г. Д. Крылова, М. Н. Соколова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 655 с.
11. Березин, И.С. Маркетинговый анализ. Принципы и практика. Российский опыт / И.С. Березин. – М.: Эксмо, 2010. – 400 с.
12. Барановский, С. Н. Стратегический маркетинг: учебное пособие для студентов вузов по спец. «Маркетинг» / С. Н. Барановский, Л. В. Лагодич. – Минск: ИВЦ Минфина, 2012. – 298 с.
13. Кулибанова, В. В. Прикладной маркетинг / В. В. Кулибанова. – СПб.: Издательский дом «Нева»; М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2010. – 272 с.

14. Основы маркетинга: пер с англ. / Ф. Котлер [и др.]. – 2-е европ. изд. – Киев; М.; СПб.: Вильямс, 2010. – 1056 с.
15. Жан-Жак Ламбен Стратегический маркетинг / Жан-Жак Ламбен: Пер с англ. – СПб: Наука, 2011. – 590 с.
16. Григорьев, В. К. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: интерактивный учебник / В. К. Григорьев. – Режим доступа: <http://uchebnik.kz/osnovy-marketinga/> – Дата доступа: 01.04.2018.
17. Бернович, П. Общая стратегия маркетинга и выгоды от ее применения [Электронный ресурс] / П.Бернович. – Режим доступа: <http://www.noomarketing.net/> – Дата доступа: 01.04.2018.
18. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория методология и практика Учебник – М.: ДиС 2008. – 496 с.
19. Шифрин, М.Б. Стратегический менеджмент: Базовые деловые стратегии; Стратегический анализ; Стратегическая сегментация Краткий курс – СПб.: 2008. – С. 56-59
20. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория методология и практика Учебник М.: ДиС 2008. – С. 44-46
21. Дойль, П. Менеджмент: Стратегия и тактика. – СПб.: 1999. – С. 60-62
22. Квартальнов, В.А. Стратегический менеджмент: Современный опыт управления. – М.: «Финансы и статистика», 1999. – С. 260-261
23. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль: Пер. с англ. / Под ред.: О.Третьяк и др. 9-е изд. – СПб:1998. – С. 66-69
24. Дурович, А.П.; Копанев А.С. Маркетинг: Учебное пособие под ред. М. Горбыловой. – М.: Экономикс, 1997. – 316 с.
25. Моисеева, Н.К. Стратегическое управление: учебник. – М.: «Финансы и статистика», 2000. – С. 129-130
26. Булатов, А.С. Экономика предприятия: учебник / А.С. Булатов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство БЕК, 2006. – 816 с.
27. Володько, О.В. Экономика организации: учебн. пособие / О.В. Володько, Р.Н. Грабар, Т.В. Зглюй; под ред. О.В. Володько. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Высшая школа, 2015. – 272 с.
28. Сивенков, О.В. Экономика предприятия (в вопросах и ответах): учеб.-метод. Пособие / О.В. Сивенков. – Минск: ЧИУП, 2012. – 60 с.
29. Рекламное агентство полного цикла «Мегаполис Медиа» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.megapolis-reklama.by/> – Дата доступа 05.04.2018.
30. Официальный сайт Барановичского райпо [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.brest.bks.by/> – Дата доступа: 05.04.2018.