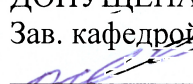


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ  
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ  
Зав. кафедрой, профессор  
 В.Ф. Володько

« 19 » июня 2019 г.

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

**«Управление сбытовой деятельностью предприятия»**

Специальность 1-26 02 02 «Менеджмент»

Направление 1-26 02 02 02 «Международный менеджмент»


Студент груп-  
пы

Группа  
10801215

  
\_\_\_\_\_

А. Сейидов


Руководитель –  
ст. преподаватель

  
\_\_\_\_\_

В.Ф. Морозов


Консультанты:

по экономической части –  
ст. преподаватель

  
\_\_\_\_\_

В.Ф. Морозов

по технологической части –  
доцент

  
\_\_\_\_\_

О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль

  
\_\_\_\_\_

М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 95 страниц;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 96 страниц, 11 рисунков и схем,

28 таблиц, 37 использованных источников

### СБЫТ, МАРКЕТИНГ, КАЧЕСТВО, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, РЕКЛАМА, ПОТРЕБИТЕЛИ, КОНКУРЕНТЫ

**Цель** дипломной работы – совершенствование сбытовой деятельности предприятия.

**База** исследования – предприятие ОАО «МПЗ».

**Задачи** дипломного исследования:

1. Исследование теоретических основ сбытовой деятельности предприятия;
2. Анализ хозяйственной и сбытовой деятельности на ОАО «МПЗ»;
3. Разработка Программы совершенствования сбытовой деятельности ОАО «МПЗ»;
4. Выработка технологии реализации предложенной Программы.

В работе использовались **методы исследования**: аналитические, статистические, синтетические, матричные, сравнения, анкетирования, наблюдения, интервьюирования, оценки финансового состояния, экспертных оценок, моделирования ситуации, комплексный анализ проблемы и др.

Элементом новизны полученных результатов является: исследование теоретических основ сбытовой деятельности предприятия, анализ современных теорий сбытовой деятельности, исследование форм, систем и методов сбытовой деятельности современного предприятия.

Проведен анализ производственно-экономической деятельности и системы маркетинговой деятельности предприятия ОАО «МПЗ».

Возможное **практическое применение** полученных результатов – на предприятии ОАО «МПЗ» и других производственных предприятиях.

Автор подтверждает, что приведенный в 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.



(подпись автора)

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон Республики Беларусь «О рекламе». – Минск, 2007.
2. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании внешне-торговой деятельности». – Минск, 2005.
3. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич; 4-е изд. перераб. – Минск: Выш. шк., 2005. – 463 с.
4. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер; пер. с англ. / Под общей ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2000. – 400 с.
5. Андерсон, Э. Аутсорсинг в продажах: фактические издержки организации сбыта через независимых торговых представителей / Э. Андерсон, Б. Тринкл; пер. с англ. – М.: Хорошая книга, 2006. – 414 с.
6. Башев, Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г.Л. Башев, и др. – М.: Экономика, 2009. – 249 с.
7. Бовыкин, В.И. Новый менеджмент / В.И. Бовыкин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
8. Бодди, Д. Основы менеджмента / Д. Бодди, Р. Пейтон; пер. с англ. – СПб., 2009. – 149 с.
9. Быков, В.А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность / В.А. Быков, Т.Г. Философова. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 295 с.
10. Володько, В.Ф. Организация производства и управление предприятием: учеб. пособие / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, 2017. – 493 с.
11. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учебное пособие / В.Ф. Володько; 3-е изд. – Минск: АiВ, 2010. – 304 с.
12. Володько, В.Ф. Психология управления: учеб. пособие. В 2-х томах / В.Ф. Володько. – Минск: Технич. лит-ра, 2012. – 428 с. и 414 с.
13. Гавриленко, Д.А. Условия и факторы повышения эффективности экспорта / Д.А. Гавриленко, Е.Ю. Морозова / Под ред. П.Г. Никитенко; Ин-т экономики НАН РБ. – Минск: Право и экономика, 2009. – 178 с.
14. Дениелс, Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции / Д. Дениелс, Л. Радеба; пер. с англ. – М., 2008. – 380 с.
15. Дойль, П. Маркетинг-менеджмент и стратегии / П. Дойль; пер. с англ. – СПб., 2002. – 544 с.
16. Ежов, А.Н. Организация внешнеэкономической деятельности предприятия / А.Н. Ежов, И.М. Бондарев, Л.А. Ежова. – М., 2001. – 400 с.
17. Казущик, А.А. Основы маркетинга: учеб. пособие / А.А. Казущик. – Минск: Беларусь, 2008. – 247 с.: ил.
18. Кулик И.И. Управление сбытом на принципах маркетинга и таргетинга. – Минск: БелИПК, 2000. – 120 с.

19. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. – СПб., 2009.
20. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях / В.М. Попов и др. – М., 2001. – 390 с.
21. Мушовец, А.А. Анализ производства и реализации продукции: учебно-метод. пособие / А.А. Мушовец. – Минск, 2009. – 23 с.
22. Осипова Л.В. Коммерческая деятельность на промышленном предприятии: учебник / Л.В. Осипова; 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 225 с.
23. Основы маркетинга: теория сбыта: Пособие по одноим. курсу для экономич. спец. – Гродно: ГрГУ, 2008. – 98 с.
24. Питерс, Т. В поисках эффективного управления / Т.Питерс, Р.Уотермен; пер. с англ. – М., 2006.
25. Портер, М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М. Портер; пер. с англ. – М., 2003.
26. Сейфуллаева, М.Э. Международный маркетинг: теория и методология / М.Э. Сейфуллаева. – М., 2009.
27. Теория анализа хозяйственной деятельности: учебник / Л. И. Кравченко, В.В. Осмоловский, Н.А. Русак и др.; 3-е изд. / Под. общ. ред. Л. И. Кравченко. – Минск: Новое знание, 2005. – 368 с.
28. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник / Б.Е.Токарев. – М.: Экономист, 2005. – 624 с.
29. Чирков А.Н. Мотивация и управление в канале сбыта. – СПб.: Издательский дом «Би», 2004. – 234 с.
30. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 395 с.
31. Шнаппауф, Р. Практика продаж: справочное пособие по всем ситуациям в сбыте: примеры и упражнения, вопросы для определения профессионального уровня / Р. Шнаппауф. – М.: Интерэксперт, 2007. – 438 с.
32. Эванс, Дж., Маркетинг / Дж. Эванс, Б. Берман; пер. с англ. / Науч. ред. А.А. Горячева. – М.: Экономика, 2009. – 335 с.
33. Ярцев А.И. Распределение товаров: Учеб. пособие/ А.И. Ярцев – Минск: БГЭУ, 2002. – 195 с.
34. <http://ref.by/refs/98/27113/1.html>.
35. <http://dis.ru/library/market/2002/6/128.html>.
36. <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/wages.php>.
37. Бухгалтерский баланс МПЗ за 2016–2018 годы.