


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько
« 20 » июня 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И
ЕГО ПРОДУКЦИИ**

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

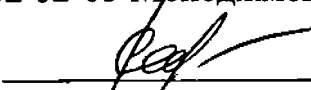


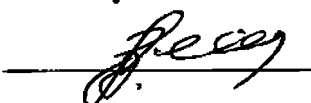

Студент-дипломник, гр. 10801116

Руководитель, доцент

Консультант, доцент

Консультант по технологической
части, доцент

Ответственный за нормоконтроль,
старший преподаватель

 Ю.С. Разборская
 О.М. Володько
 О.М. Володько
 О.М. Володько
 Н.Г. Аснович

Объем работы:

дипломная работа – 82 страницы;

графическая часть – 8 листов

Цифровые носители – 1 диск.

Минск 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 82 стр., 6 рисунков и схем, 20 таблиц, 26 использованных источников

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАРКЕТИНГ, ПРЕДПРИЯТИЕ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ

Цель дипломной работы – анализ конкурентных свойств предприятия ООО «Евроторг».

Объект дипломного исследования – частная сеть продовольственных магазинов, предприятие ООО «Евроторг».

Задачи дипломного исследования:

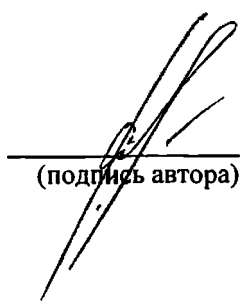
1. Исследовать сущность конкурентоспособности предприятия и факторы её формирования;
2. Изучить методы оценки конкурентоспособности предприятия;
3. Оценить конкурентоспособность предприятия ООО «Евроторг»;
4. На основании изученного материала, разработать основные пути повышения конкурентоспособности предприятия ООО «Евроторг».

При проведении исследования использовался SWOT анализ для оценки сильных и слабых сторон предприятия, также был применен горизонтальный и вертикальный анализ баланса предприятия.

Актуальность темы исследования заключается в том, что в рыночных условиях особое значение приобретает проблема повышения конкурентоспособности предприятия.

Область возможного практического применения результатов – предприятия продовольственной отрасли.

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.


(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Азоев, Г.Л., Челенков, А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
2. Ансофф, И. Стратегический менеджмент / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 2012. – 120 с.
3. Артемьева, О.А. Финансовый маркетинг: Теория и практика: учебник / О.А. Артемьева; Под общ. ред. С.В. Карпова. – М.: Юрайт, 2013. – 424 с.
4. Ассель, Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для Вузов / Г. Ассель. – М.: Инфра-М, 2014. – 254 с.
5. Богомолова, И.П. Анализ формирования категории конкурентоспособности как фактор рыночного превосходства экономических объектов / И.П. Богомолова, Е.В. Хохлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1 (45). С. 113 – 119.
6. Габибова, М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М. Ш. Габидова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). – 2015. – С. 85–87.
7. Голубков, Е. П. Основы маркетинга: учебник / Е. П. Голубков. – М.: Инфра-М, 2013. – 656 с.
8. Зайцев, Н. Л. Экономика, организация и управление предприятием: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М (Сер. «Высшее образование»), 2014. – 468 с.
9. Казущик, А. А. Основы маркетинга: учеб. пособие / А. А. Казущик. – Минск: Беларусь, 2013. – 246 с.
10. Котлер, Ф. и др. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2003. – 944 с.
11. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. – 5-е европейское изд. – М.: Вильямс, 2015. – 752 с.
12. Краюхин, Г.А. Методика анализа деятельности предприятий в условиях рыночной экономики. – СПб.: 2003. – 346 с.
13. Макаров, А.М. Маркетинговая ориентация предприятия. – Ижевск: Изд-во Института экономики и управления УдГУ, 2000.
14. Маркетинг: Учеб-к для вузов по спец «Маркетинг и Менеджмент» / Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и Биржи, 2000. – 558 с.
15. Мартынова, О.К. Контроль качества на предприятии // Стандарты и качество. – 2005. – № 5. – С. 35 – 43.

16. Мескон, М.Х., Альберт, М., Хедоури, Ф. Основы менеджмента. М.: “Дело”, 2003. – 251 с.
17. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: учеб. пособие / Ю.В. Морозов. – М.: Дашков и К, 2016. – 148 с.
18. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов / М. Портер – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 208 с.
19. Родионова, Л.Н., Кантор, О.Г., Хакимова, Ю.Р. Оценка конкурентоспособности продукции// Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1. – с. 63–77.
20. Рубин, Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. Монография / Ю.Б. Рубин. – М.: Маркет ДС, 2016. – 3-е изд. – 458 с.
21. Сергеев, И. В., Веретенникова, И. И. Экономика организаций (предприятий): учебник / под ред. И.В.Сергеева. – М.: Велби; Проспект, 2015. – 372 с.
22. Третьяк, В.П. и др. Основы маркетинга: Учеб. пособие / В.П. Третьяк, О.А. Третьяк, В.А. Шевандин. – СПб.: ПГУПС, 1993. – 113 с.
23. Фасхиев, Х.А. Оценка экономической эффективности качества и конкурентоспособности изделий // Вестник машиностроения. – 2003. – №10. – с.59 – 66.
24. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организации. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 340 с.
25. Фатхутдинов, Р.А. Оценка конкурентоспособности / Р.А. Фатхутдинов // Промышленность России. – 2016. – № 3. – с. 62–67.
26. Шкардун, В. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия // М.: Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – №4. – с. 21