

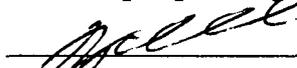
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет технологий управления и гуманитаризации

Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько

«19» июня 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

АРЕНДА НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА

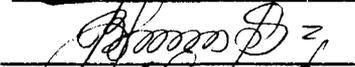
Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление специальности: 1-26 02 02 -04 Менеджмент (недвижимости)

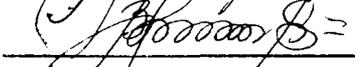
Студент-дипломник, гр. 10801216

 И.А. Трусов

Руководитель, ст. преподаватель

 В.П. Михасенко

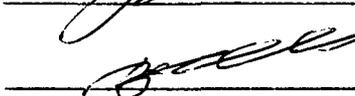
Консультант, ст. преподаватель

 В.П. Михасенко

Консультант по технологической
части, доцент

 О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
старший преподаватель

 Н.Н. Савчук

Объем работы:

дипломная работа – 73 страниц;

графическая часть – 8 листов;

Цифровые носители – 1 диск.

Минск 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 79 страниц, 20 рисунков и схем, 7 таблиц

НЕДВИЖИМОСТЬ, ПЛАНИРОВАНИЕ, НОРМИРОВАНИЕ, РЕГЛАМЕНТ, КОЭФФИЦИЕНТ

Целью дипломного проекта является анализ деятельности туристической фирмы «Сойер», оценка перспектив развития, а также расширение портфеля оказываемых услуг, а также выяснить как сократить расходы на аренду.

Объект исследования: турфирма ООО «Сойер»

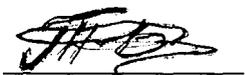
Предмет исследования: аренда недвижимого имущества на турфирме ООО «Сойер»

Для достижения поставленных целей в дипломном проекте были решены следующие задачи:

- проведена общая характеристика деятельности ООО «Сойер», маркетинговые исследования рыночной ситуации;
- проведен анализ доходов и расходов фирмы;
- анализ аренды помещения;
- анализ затрат на аренду помещения;
- анализ организации труда;
- анализ оплаты труда;
- организация работы;
- разработать систему нормирования и оплаты.

При проведении исследования использовались методы сравнительного анализа, группировок, прием абсолютных разниц, графический метод.

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 ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский Кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 28 октября 1998г.: одобрен Советом Республики. 19 ноября 1998 г.: текст Кодекса по состоянию на 30 января. 2014 г. – Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2014. – 450 с.
2. Закон Республике Беларусь «О рекламе» от 18 февраля 1997 г. N 19-3 (Ведомости Национального собрания Республики Беларусь, 1997 г., N 8, ст. 189.
3. Трудовой Кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 8 июня 1999 г.: одобрен Советом Республики 30 июня 1999 г.: текст Кодекса по состоянию на 28 января 2013г. – Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2013. – 256 с.
4. Алексунин, В.А. Маркетинг: учебник / В.А. Алексунин. – М.: Дашков и К, 2009. – 448 с.
5. Ансофф И. Стратегическое управление. – М., 2001.
6. Бакарев П.Ф. Этапы стратегического управления: управление компанией. – М., 2001.
7. Балабанов И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. – М., 2002.
8. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг/ Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. □ 3-е изд. □ СПб.: 2010. □ 576с.
9. Беляевский И.К. Маркетинговые исследования. М.: Финансы и статистика, 2001. – 220с.
10. Болт Д. Практическое руководство по управлению сбытом. – М.: Издательство Экономика, 2013. – 248 с.
11. Варламова, Т.П. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / Т.П. Варламова, М.А. Варламова. – М.: Дашков и К, 2012. – 302 с.
12. Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник. – М.: Триада Лтд., 2001.
13. Виноградова, С.В. Коммерческая деятельность: учебник / С.В. Виноградова. – Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 285 с.
14. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. – М., 2001

15. Виханский, О.С. Менеджмент: учебное пособие / О.С. Виханский. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 537 с.
17. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков – М.:2008. – 258 с.
19. Гращенко, Т.М. Основы рекламы : методические рекомендации / Т.М. Гращенко. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2013. – 47 с. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. - Мн.: НПЖ «Финансы, учет, аудит», 2010. - 225 с.
20. Данченко, Л.А. Основы маркетинга: учебное пособие / Л.А. Данченко – Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. – М.: МЭСИ, 2008. – 300 с.
21. Ефимова С.А. Управление сбытом или как увеличить объем продаж. М.: Про-гресс, 2004. - 396 с.
22. Захарова Ю.А. Методы стимулирования сбыта; – М.: Дашков и Ко 2016. – 120 с.
23. Ключкова, Е.Н. Экономика предприятия / Е.Н. Ключкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. – М.: Юрайт, 2016. – 448 с.
24. Кондрашов В.М. Управление продажами. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 216 с.
25. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер – СПб.: Питер, 2008. – 698 с.
26. Ланкастер Д., Джоббер Д. Организация сбыта. Мн.: Амалфея, 2009. – 415 с.
27. Лукина Р.И. Искусство управления каналами сбыта. М.: Академия, 2003. – 243 с.
28. Любушин Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 444 с.
29. Организация торговли: хозяйственные ситуации, деловые игры: Учеб.пособ. / А.С. Артемьев, Н.К. Войтик, Е.С. Моисеенко и др.; Под.ред. А.С. Артемьева. – Мн.: БГЭУ, 1996. – 125 с.
30. Перерва П. Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга. Практический маркетинг. – М.: НПО "Рим", 2007.
31. Платонов В. Н. Организация торговли: Учеб. пособие. – Мн.: БГЭУ, 2003. – 287 с.

32. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г.В. Савицкая; 2-е изд. – Минск: РИПО, 2012. – 367 с.
33. Савчук, В.П. Управление прибылью и бюджетирование: учебник / В.П. Савчук. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. – 432 с.
34. Теплякова, Н.А. Финансы предприятий: учебно-методическое пособие: для студентов экономических специальностей / Н.А. Теплякова – Минск: БГЭУ, 2011. – 108 с.
35. Тихомиров Н. Г. Модели и методы прогнозирования рынка. – М.:2009г.155с.
36. Токарев, Б.К. Сбытовая политика предприятия / Б.К. Токарев. – М.: Юнити-Дана, 2001.
37. Фридман, Лоуренс Дж; Фьюри, Тимоти Р. Новые каналы сбыта – главное преимущество компаний; – М.: Эксмо 2016. – 352 с.
38. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. Учеб.пособие / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева; 5-е изд. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 587 с.
39. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А. Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 208 с.
40. Шубенков, П.Н. Организация работы по охране труда / П.Н. Шубенков // Ахо-ва працы. – 2002. – № 4. – С. 36.
41. Эванс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг /Дж.Р.Эванс, Б.Берман – М: Сирин, 2002. – 308 с.
42. Бухгалтерские балансы ООО «Сойер» 2018 – 2019 годы.
43. Отчет о прибылях и убытках за 2018 – 2019 годы.
44. Устав ООО «Сойер»