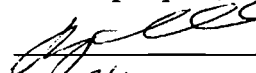


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор


В.Ф. Володько
«24» июня 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ НА ОСНОВЕ
МАРКЕТИНГА**

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

Направление специальности: 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-
административный)

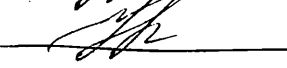
Студент-дипломник, гр. 30801216


Н.А. Болдина

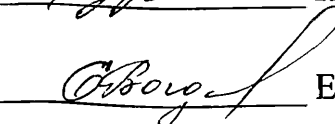
Руководитель, ст. преподаватель


И.В. Унукович

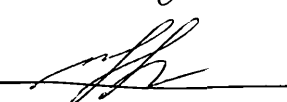
Консультант, ст. преподаватель


И.В. Унукович

Консультант по технологической
части, доцент


Е.Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль,
ст. преподаватель


И.В. Унукович

Объем работы:

дипломная работа – 89 страниц;

графическая часть – 9 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 89 стр., 14 рисунков и схем, 21 таблица,
31 использованных источников

СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА, СБЫТ, КАНАЛЫ СБЫТА, СБЫТОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Цель исследования: анализ организации сбыта продукции и разработка направлений его совершенствования в ООО «МилдСтойТорг».

Объектом настоящего исследования является ООО «МилдСтойТорг».

Предмет исследования – организации сбыта продукции ООО «МилдСтойТорг».

В процессе работы выполнены следующие исследования:

1. Изучены теоретические основы сбытовой деятельности предприятия.
2. Проведен анализ организации сбыта в ООО «МилдСтойТорг».
3. На основе данных проведенного анализа выявлены направления совершенствования организации сбыта продукции ООО «МилдСтойТорг» и определена их экономическая значимость.
4. Обоснована технология реализации предлагаемых мероприятий.

Элементами научной новизны полученных результатов является разработанные мероприятия по совершенствованию организации сбыта продукции ООО «МилдСтойТорг» с целью повышения объемов продаж.

Область возможного практического применения результатов исследования – ООО «МилдСтойТорг» и аналогичные предприятия.

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



(подпись студента)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Балашов, В.Г. Система маркетинга на предприятии / В.Г. Балашов. Практический маркетинг. – 2011. – №3. – С.14-17.
2. Бурцев, В.В. Сбытовая и маркетинговая деятельность. Типовые должностные инструкции, внутрифирменные документы / В.В. Бурцев. – М.: Экзамен, 2013. – 224 с.
3. Виханский, О.С. Менеджмент: век XXI: Сборник статей / О.С. Виханский. – М.: Инфра-М, Магистр, 2016. – 352 с.
4. Гордеева, И.З. Основы маркетинговой деятельности: Учебное пособие / И.З. Гордеева. – М.: Академия, 2013. – 330 с.
5. Горемыкин, В.А. Планирование сбытовой политики фирмы / В.А. Горемыкин, А.Ю., Богомолов. – М.: Инфра-М, 2014. – 203 с.
6. Гридчина, М.В. Финансовый менеджмент: Курс лекций / К.: МАУП, 2012. – 160 с.
7. Дейан, А. Стимулирование сбыта: Учебное пособие / А. Дейан, А. Троядек. – СПб.: Изд-во «Нева», 2012. – 128 с.
8. Диксон, П.Р. Управление сбытом. – М.: Академия, 2013. – 235 с.
9. Дихтль, Е. Практический менеджмент: учебное пособие / Е. Дихтль, Х. Хершген. – М.: Высшая школа, ИНФРА-М, 2014. – 255 с.
10. Завьялов, П.С. Менеджмент в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 543 с.
11. Ивлев, В., Каменнова М., Попова Т. Методологический подход к организации система сбыта. – Киев: Ника, 2013. – 330 с.
12. Демидов, В.С. Повышение эффективности управления сбытовой политики предприятия / В.С. Демидов // Маркетинг, Реклама и Сбыт. – 2013. – № 3. – С. 32-33.
13. Джеффри, М. Маркетинг, основанный на данных / М. Джеффри. – М.: МИФ, 2013. – 58 с.
14. Казаков, С.П. Рыночная ориентация как эффективный подход к организации маркетинга на предприятиях сферы услуг / С.П. Казаков // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2012. – № 01. – С.42–55.
15. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 211 с.
16. Кузнецова, Л.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. – М.: Вузовский учебник, 2016. – 256 с.
17. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Ю.В. Морозов. – М.: Дашков и К, 2016. – 148 с.

18. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика / И.И. Пичурин. – М.: Юнити, 2016. – 48 с.
19. Реброва, Н.П. Основы маркетинга: Учебник и практикум для МПО / Н.П. Реброва. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 277 с.
20. Ламбен, Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.Ж. Ламбен. – СПб.: Питер, 2011. – 800 с.
21. Наумов, В.Н. Маркетинг сбыта / В.Н. Наумов. – СПб.: Приор, 2013. – 368 с.
22. Наумов, В.Н. Управление взаимодействием в системе сбыта: стратегии / В.Н. Наумов. – СПб.: Политехника-сервис, 2012. – 292 с.
23. Пилипчук, В.П. Промышленный маркетинг / В.П. Пилипчук, А.Ф. Оснач, Л.П. Коваленко – М.: ЦУЛ, 2012. – 364 с.
24. Сухов, В.Д. Основы маркетинга: Практикум / В.Д. Сухов. – М.: Academia, 2017. – 192 с.
25. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А. Стрикленд. – М.: Вильямс, 2012. – 500 с.
26. Умавов, Ю.Д. Основы маркетинга (для бакалавров) / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова. – М.: КноРус, 2019. – 384 с.
27. Уэбстер, Ф. Основы промышленного маркетинга / Ф. Уэбстер. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2013. – 416 с.
28. Чеботарев, М.В. Маркетинговая политика предприятия / М.В. Чеботарев. – СПб.: Питер, 2011. – 244 с.
29. Шкурко, П.А., Филимонова, Е.С. Управление каналами сбыта / Актуальные вопросы экономических наук. 2017. – № 54. – С. 59-62.
30. Бухгалтерская отчетность Общества с ограниченной ответственностью «МилдСтойТорг» за 2017-2019 гг.
31. Устав Общества с ограниченной ответственностью «МилдСтойТорг», 2015.