

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ  
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

А. В. Авдиенок А.В. Авдиенок

«15» июня 2020 г.

РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

«Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия (на  
примере ЧПТУП «КУБК-ПАК»)»

Специальность 1 – 25 01 07 «Экономика и управление на предприятии»  
Специализация 1 – 25 01 07 04 «Экономика и управление в рекламной  
деятельности»

Обучающийся группы 10502216	<u>Мицуля Ю.В.</u> (подпись, дата)	Ю.В. Мицуля
Руководитель	<u>Зысь Т.А.</u> (подпись, дата)	Т.А. Зысь
Консультанты:		
по организационно- экономическим вопросам	<u>Зысь Т.А.</u> (подпись, дата)	Т.А. Зысь
по организации внешнеэконо- мической деятельности	<u>Перенечко Н.Н.</u> (подпись, дата)	Н.Н. Перенечко
по конструкторско- технологическим вопросам	<u>Заболотец А.А.</u> (подпись, дата)	А.А. Заболотец
по применению экономико- математических методов и ЭВМ	<u>Кожар В.В.</u> (подпись, дата)	В.В. Кожар
по охране труда	<u>Снарский А.А.</u> (подпись, дата)	А.А. Снарский
Ответственный за нормоконтроль	<u>А.В. Авдиенок</u> (подпись, дата)	А.В. Авдиенок

Объем работы:

расчетно-пояснительная записка – 162 страниц

графическая часть – 14 листов

Магнитные (цифровые) носители – 1 единиц

Минск 2020

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 162с., 23 рис., 56 табл., 19 источников, 5 прил.

ГОФРОТАРА, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Объектом исследования является ЧПУП «КУБК-ПАК».

Цель дипломной работы – разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические и методические основы организации, оценки и повышения эффективности маркетинговой деятельности современного предприятия;
- произвести анализ эффективности маркетинговой деятельности организации;
- выявить проблемы совершенствования маркетинговой деятельности организации;
- разработать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности организации.

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы были изучены и применены на практике теоретические и методические основы организации и оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятий в современных экономических условиях, были освящены теоретические аспекты маркетинговой деятельности, а именно элементы комплекса маркетинга, виды стратегий развития предприятия и этапы их разработки.

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса, все заимствованные из литературных источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ereport [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.ereport.ru/>, - дата доступа: 20.02.2020.
2. Natalimarketing [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://natalimarketing.blogspot.com>, - дата доступа: 26.02.2020.
3. Pleade [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://www.pleade.ru/>, - дата доступа: 01.03.2020.
4. Studbooks[Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://studbooks.net/>, - дата доступа: 03.03.2020.
5. Бухгалтерская отчетность ЧПТУП «КУБК-ПАК» с 2016-2018 гг.
6. Новаторов, Э.В. Международные модели маркетинга /Э.В. Новаторов. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. - №3. – С. 91-97.
7. Документация по анализу рынка сбыта продукции ЧПТУП «КУБК-ПАК».
8. Ваценок, Д.А. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия / Д.А. Ваценок // Экономика и управление. – 2018. – №1 (169). – С. 68 – 75.
9. Карпеко, О.И. Промышленный маркетинг: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности «Маркетинг» / О.И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2017. – 414 с.
10. Маркетинг: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников [и др.]; под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи, Юнити, 2014. – 590 с.
11. Казушик, А.А. Основы маркетинга: учебное пособие / А.А. Казушик. – Беларусь, 2018. – 246 с.
12. Дихтель, Е. Практический маркетинг / Е. Дихтель, Х. Хершген. – М.: Экономика, 2017. – 490 с.
13. Головачев, А.С. Экономика предприятия: учеб. пособие / А.С. Головачев. – Минск: Выш. шк., 2015. – 447 с.
14. Наумов, В.Н. Методические подходы к разработке плана по сбыту промышленного предприятия / В.Н. Наумов // Индустриальный и b2b маркетинг. – 2015. – № 3. – С. 194-208.
15. Методические рекомендации по дипломному проектированию для студентов специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии»/А.М. Темичев [и др.] ; под общ. ред. А.М. Темичева. – Минск : ФУ Аинформ, 2015. – 144 с.
16. Соловьёв, Б.А. Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьёв, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – Москва: Инфра-М, 2016. – 335 с.
17. Нагапетьянц, Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие/Н.А. Нагапетьянц и др. – М.: Вузовский учебник, 2018.– 282 с.
18. Широкумова, Т.В. Анализ хозяйственной деятельности: курс лекций: в 2 ч. / Т.В. Широкумова. – Минск: БНТУ, 2016. – Ч.1. Теория анализа хозяйственной деятельности. – 64 с.
19. Лазаренков, А.М. Охрана труда: Учебник / А.М. Лазарев. – Минск: БНТУ, 2016. – 497 с.