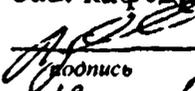


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф.Володько

«12» 06 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ
ПРЕДПРИЯТИЯ»

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

Специализация 1-26 02 02 - 02 02 «Социальный менеджмент»

Студент 30801216
группы

 М.А. Мелешко
подпись

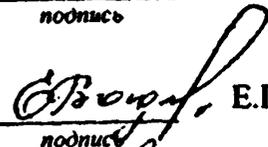
Руководитель
(ст. преподаватель)

 Г.Д. Веренич
подпись

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(ст. преподаватель)

 Г.Д. Веренич
подпись

по технологической части
(доцент, к.и.н.)

 Е.Г. Богданович
подпись

Ответственный за нормоконтроль

 А.В. Краюшкина
подпись

Объем работы:

дипломная работа – 95 страниц;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2020

РЕФЕРАТ

**Дипломная работа: 95 стр., 16 рисунков, 16 таблиц,
40 использованных источников**

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА, ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАРКЕТОЛОГ

Цель дипломной работы – разработать мероприятия по совершенствованию маркетинговой политики ЧТУП «Свени-Л».

Объектом исследования в данной работе является маркетинговая деятельность на предприятии малого бизнеса.

Предметом исследования является маркетинговая политика ЧТУП «Свени-Л».

В соответствии с определенной целью в работе поставлены и решены следующие задачи:

- 1. Изучена экономическая сущность и роль маркетинговой политики в развитии предприятия.**
- 2. Проведен анализ маркетинговой политики ЧТУП «Свени-Л».**
- 3. Разработаны мероприятия по совершенствованию маркетинговой политики ЧТУП «Свени-Л».**
- 4. Обоснована технология реализации предлагаемой программы.**

Элементами научной новизны полученных результатов является разработанные мероприятий по повышению маркетинговой политики предприятия.

Область возможного практического применения результатов исследования – ЧТУП «Свени-Л» 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.



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И.Л. Маркетинг : учебник / И.Л. Акулич. – 4-е изд., перераб. – Минск : Выш. шк., 2005. – 463 с.
2. Акулич, И.Л. Современный маркетинг : практ. пособие / И.Л. Акулич, И.З. Герчиков. – Минск : ООО «Мисанта», 2001. – 366 с.
3. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг. – М.: Вильямс И.Д., 2019. – 752 с.
4. Архипова, Л.В. Популярно о маркетинге [Текст] / Л.В. Архипова. – М.: Профиздат, 2009. – 388 с.
5. Багиев, Г.Л. Международный маркетинг : учебник / Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, С. В. Никофорова. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 512 с.
6. Багиев, Г.Л. Маркетинг : учеб. для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х.А. Анн ; под общ. ред. Г.Л. Багиева. – Москва : ОАО «Экономика», 2015. – 703 с.
7. Белоусова, С. Н. Маркетинг: учебное пособие по специальностям экономики и управления / С. Н. Белоусова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 381 с.
8. Голубков, Е.П. Основы маркетинга : учебник / Е.П. Голубков. – Москва : Изд-во «Финпресс», 1999. – 656 с.
9. Гончаров, М.А. Основы маркетинга и консалтинга в сфере образования / М.А. Гончаров. – М.: КноРус, 2015. – 160 с.
10. Губарец, М.А., Мазилкина Е.И. Продвижение и позиционирование в маркетинге, или Как продвинуть любой товар. Учебно-практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2018. – 224 с.
11. Гуревич, П.С. Социология и психология рекламы: учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 462 с.
12. Данько, Т.П., Китова О.М. Система управления эффективностью маркетинга // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2008. – № 5. – С. 362-376.
13. Дорошев, В.И. Введение в теорию маркетинга : учеб. пособие / В.И. Дорошев. – Москва : ИНФРА-М, 2010. – 258 с.
14. Дрещинский, В. Методология научных исследований. Учебник. – М.: Юрайт, 2017. – 324 с.
15. Друкер, Питер. Практика менеджмента / Питер Друкер. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 416 с.
16. Дубровин, И.А. Поведение потребителей. Учебное пособие, 4-е изд. – М.: Дашков и К., 2018. – 310 с.
17. Егоров, Ю.Н. Основы маркетинга: Учебник / Ю.Н. Егоров. – М.: Инфра-М, 2015. – 216 с.

18. Емец, А.В., Игуменова И.Ю. Сравнительный анализ методов оценки эффективности маркетинговых мероприятий // Молодой ученый. – 2013. – №2. – С. 120-124.
19. Еремин, В.Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации: учебник / В.Н. Еремин. – М.: КноРУс, 2014. – 648 с.
20. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. Учебник / П.С. Завьялов. – Москва : ИНФРА-М, 2008. – 496 с.
21. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2018. – 240 с.
22. Казущик, А.А. Основы маркетинга: учебник / А.А. Казущик. – Минск: Беларусь, 2011. – 246 с.
23. Котлер, Ф. Маркетинг Менеджмент / Ф. Котлер. – СанктПетербург : Питер Ком, 1998. – 896 с.
24. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Диалектика, 2019. – 496 с.
25. Лизакова, Р.А. Маркетинг на предприятии : учеб. пособие / Р.А. Лизакова. – Гомель : ГФ УО ФПБ «МИТСО», 2014. – 293 с.
26. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд. – М.: Дашков и К, 2016. – 148 с.
27. Морозов, Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник, 9-е изд. – М.: Дашков и К, 2018. – 448 с.
28. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.] ; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – Москва ; Санкт-Петербург ; Киев : Издат. дом «Вильямс», 1999. – 1056 с.
29. Похабов, В.И. Основы маркетинга : учеб. пособие / В.И. Похабов, В.В. Тарелко. – Минск : Выш. шк., 2014. – 271 с.
30. Рожков И. Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. – М.: Юрайт, 2017. – 331 с.
31. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г.В. Савицкая; 2-е изд. – Минск: РИПО, 2012. – 367 с.
32. Соловьев, Б.А. Маркетинг [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Экономика» и экономическим специальностям / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов; Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО «Российская экономическая акад. им. Г. В. Плеханова». – Москва : ИНФРА-М, 2009. – 335с.
33. Хоскинг, А. Курс предпринимательства : практ. пособие / А. Хоскинг ; пер. с англ. – Москва : Междунар. отношения, 1993. – 352 с.

34. Чевертон, П. Теория и практика современного маркетинга: Полный набор стратегий, инструментов и техник / П. Чевертон ; пер. с англ. В.Н. Егорова. – Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2012. – 608 с.
35. Черепанов Е.В. Стохастические методов анализа данных выборочных маркетинговых и социальных обследований // Прикладная эконометрика. – 2011. – № 2. – С. 48-61.
36. Шеремет, А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / А.Д. Шеремет. – Москва: Инфра-М, 2016. – 415 с.
37. Эванс, Джоэл Р. Маркетинг : Пер. с англ. / Эванс Дж. Р., Берман Б. – [М.] : Сирин, 2004. – 278 с.
38. Бухгалтерские балансы ЧТУП «Свени-Д» за 2017-2019 годы.
39. Отчет о прибылях и убытках ЧТУП «Свени-Л» за 2017-2019 годы.
40. Устав ЧТУП «Свени-Л».