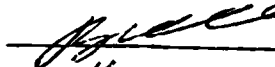


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

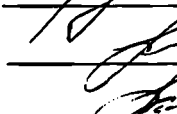
 В.Ф. Володько
«16» июня 2021 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯ

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

Специализация: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент-дипломник, гр. 10801117  В.А. Блинова

Руководитель, к.п.н, доцент  О.М. Володько

Консультант, к.п.н, доцент  О.М. Володько

Консультант по технологической
части, к.п.н, доцент  О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель  М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 80 страниц;

графическая часть – 11 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 80 страниц, 9 рисунков и схем, 18 таблиц,
28 использованных источников

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, МАРКЕТИНГ, СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

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

Объект дипломного исследования проектно-конструкторское предприятие ОАО «Пеленг».

Задачи дипломного исследования:

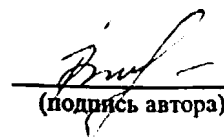
1. Выявить сущность, стратегии и роль маркетинговых исследований;
2. Проанализировать финансовую и маркетинговую деятельность предприятия ОАО «Пеленг»;
3. Разработать программу совершенствования маркетинговой деятельности ОАО «Пеленг», и произвести расчет ее экономической эффективности;
4. Разработать технологию реализации предлагаемой программы.

Методы исследования: анализ теоретической литературы; обобщение; классификация; изучение документов базового предприятия; статистический анализ; матричные и экспертные методы оценки маркетинговой деятельности; экономико-математические методы.

Содержание дипломной работы: теоретические основы маркетинговых исследований на предприятии; анализ финансовой и маркетинговой деятельности предприятия; пути совершенствования маркетинговой деятельности предприятия; технологии реализации предлагаемой программы.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов дипломной работы – ОАО «Пеленг» и другие предприятия оптоэлектронной промышленности.

Достоверность. Автор подтверждает, что приведенный расчетный материал правильно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.


(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Арженовский, И.В. Маркетинг регионов: учеб. пособие / И.В. Арженовский. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 135 с.
2. Багиев Г.Л. Маркетинг: учеб. пособие / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич; под общ. ред. Г.Л. Багиева. — 3-е изд., перераб. и доп. — СПб.: Питер, 2010. – 576 с.
3. Басовская Е.Н. Маркетинг: учеб. Пособие / Л.Е. Басовский, И.Н. Басовская. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 300 с.
4. Беляев, В.И. Маркетинг. Основы теории и практики: учеб. пособие / В.И. Беляев. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: КНОРУС, 2018. - 676 с.
5. Бест, Р. Маркетинг от потребителя / Р.Бэст; пер. с англ. Павла Миронова. – 6-е изд., перераб. – Москва: Манн и Фербер, 2017. – 696 с.
6. Васильев Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 181 с.
7. Володько В.Ф. Организация производства и управление предприятием: учебное пособие / В. Ф. Володько. – Минск: БНТУ, 2017. – 493 с
8. Грант, Д.Д. Двенадцать тем маркетинга: учеб. пособие / Д.Д. Грант. – М.: Комерсантъ; Питер, 2007. – 230 с.
9. Грибов В.Д. Экономика организации: учеб. пособие / В.Д., В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. – 10-е изд. перераб. – М.: КНОРУС, 2016. – 416 с.
10. Григорьев, М.Н. Маркетинг: учеб. пособие / М.Н. Григорьев. – Минск: Гардарики, 2006. – 366 с.
11. Гришина, В.Т. Маркетинговые исследования Теория и практика: учеб. пособие / В.Т. Гришина. – Москва: Знаниум, 2014. – 58 с.
12. Диденко, Н.И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 556 с.
13. Жилкина А.А. Маркетинг и ценообразование: учебно-методическое пособие для студентов заочной формы обучения по специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» / А.А. Жилкина, Н.Г. Аснович. – Минск: БНТУ, 2011. – 199 с
14. Зацепина Е.В. Измерение стартовых условий стратегии развития маркетинговой деятельности организации / Е.В. Зацепина // Сб.науч.ст. вып. под общ. ред. В. Г. Шадурского. – Минск: Четыре Четверти, 2016 . – 346 с.
15. Исаева, Е.В., Дусь Ю.П. Программы взаимоотношений с потребителями как основа разработки маркетинговой стратегии // Экономические науки / Е.В. Исаева. – Омск., 2013. - № 9. - С. 39-42.

16. Катернюк, А.В. Основы современного маркетинга / А.В. Катернюк. – М., 2008.
17. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - Москва: Вильямс, 2012. - 752 с.
18. Моисеева, Н.К. Международный маркетинг и бизнес: учеб. пособие / Н.К. Моисеева. – Москва: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 140 с.
19. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: учеб. пособие, 8-е изд., испр. и доп. / Ю.В. Морозов. - Москва.: Дашков и К, 2013. - 148 с.
20. Нагапетьянц, Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для ВУЗа / Н.А. Нагапетьянц. – М.: Питер, 2007. – 272 с.
21. Ноздрева Р.Б. Маркетинг / Р.Б. Ноздрева. - Москва: Аспект Пресс, 2016. – 448 с.
22. Панкрухин, А. П. Маркетинг: учеб. пособие/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетингологов. – 4-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2006. - 656 с.
23. Реброва, Н.П. Основы маркетинга: учеб. пособие / Н.П. Реброва. – М.: Юрайт, 2015. - 277 с.
24. Романенкова О.Н. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учеб. Пособие / под общ. Ред. О.Н. Романенковой. – М.: Юрайт, 2014. – 315 с.
25. Савчук, Г.А., Управление маркетингом на предприятии: учеб. пособие / Г.А Савчук. – Екатеринбург: Изд-во Уральский университет, 2014. – 112 с.
26. Официальный сайт ОАО «Пеленг» данные об истории развития [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://peleng.by/company/history> - Дата доступа 14.02.21.
27. Официальный сайт ОАО «Пеленг» данные об продукции компании [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://peleng.by/products/meteorology> - Дата доступа 18.02.21.
28. Официальные данные финансовой отчётности ОАО «Пеленг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://peleng.by/info/reporting> - Дата доступа: 16.02.21.