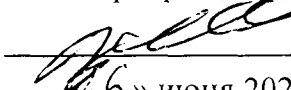


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор



В.Ф. Володько
«16» июня 2021 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА
НА ПРЕДПРИЯТИИ
(НА ПРИМЕРЕ ЧТУП «ДОЛОРИТ»)**

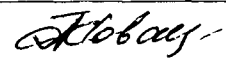
Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Специализация: 1-26 02 02-02 02 Менеджмент(социально-административный)

Студент-дипломник, гр. 30801116


Д.С. Ярмола

Руководитель, доцент


А.В. Ковалев

Консультант, доцент


А.В. Ковалев

Консультант по технологической
части, доцент


Е.Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель


А.К. Петрашкевич

Объем работы:

дипломная работа – 78 страниц;

графическая часть – 8 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 78 страниц, 6 рисунков и схем, 11 таблиц,
40 использованных источников

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАРКЕТИНГ, СИСТЕМА МАРКЕТИНГА, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объектом исследования является ЧТУП «Долорит».

Целью дипломной работы является анализ маркетинговой деятельности ЧТУП «Долорит» и разработка направлений ее совершенствования.

Основными задачами в данной работе являются:

- раскрыть теоретические аспекты анализа маркетинговой деятельности и функции маркетинга;
- провести анализ проблем маркетинговой деятельности современного предприятия;
- привести организационно-экономическую характеристику ЧТУП «Долорит»;
- провести комплексную оценку эффективности маркетинговой деятельности на предприятии;
- выявить основные резервы и направления повышения эффективности маркетинговой деятельности организации и разработать мероприятия по ее совершенствованию.

Методы исследования: анализ теоретической литературы; обобщение; классификация; изучение документов базового предприятия; статистический анализ; экономико-математические методы.

Содержание дипломной работы: теоретические основы управления системой маркетинга, в том числе обобщение зарубежного опыта; на примере деятельности предприятия обобщены практические аспекты реализации системы маркетинга.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов дипломной работы – ЧТУП «ДОЛОРИТ» и другие предприятия данной отрасли.

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



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск: Вышэйшая школа, 2016. – 524 с.
- 2 Басов, Д.В. Маркетинг в стратегическом управлении сбытовым предприятием/ Д.В. Басов. – М.: Наука, 2010. – 159 с.
- 3 Бублий, Е.И. Методы организации сбыта продукции предприятия на основе взаимодействия концепций маркетинга и логистики : дисс. на соиск. степ. канд. эконом. наук/ Е.И. Бублий. – Спб., 2012. – 164 с.
- 4 Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. – Минск: БГТУ, 2012. – 306 с.
- 5 Годин, А. М. Маркетинг: учеб. пособие / А. М. Годин. – Москва: Дашков и К°, 2014. – 671 с.
- 6 Дурович, А.П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2016. – 253 с.
- 7 Земляк, С.В. Маркетинг в коммерции: учеб. пособие / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – М.: Дашков и К°, 2016. – 543 с.
- 8 Евстигнеева, Т.В. Маркетинг в вопросах и решениях: учеб. пособие для студентов / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. – Москва: КноРус, 2016. – 303 с.
- 9 Казущик, А. А. Основы маркетинга: учеб. пособие / А. А. Казущик. – Минск: Беларусь, 2016. – 246 с.
- 10 Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг: учеб. пособие / О. И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2016. – 414 с.
- 11 Казаков, С.П. Общий и прикладной маркетинг / С.П. Казаков [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2015/02/27/.pdf>. Дата доступа: 21.03.2021 г.
- 12 Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2012. – 488 с.
- 13 Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Мир книг, 2012. – 479 с.
- 14 Купер, С. Маркетинг: [перевод с английского] / Роман Хибинг, Скотт Купер. – Москва: Эксмо, 2016. – 846 с.
- 15 Мусатов, Б.В. Маркетинг: учебник для студентов / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва: Инфра-М, 2016. – 335 с.

- 16 Муртузалиева, Т.В. Маркетинг: учебник для экономических вузов / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – Москва: Дашков и К°, 2009. – 548 с.
- 17 Маркетинг: учеб. пособие для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / И. М. Синяева [и др.]. – Москва: Вузовский учебник: Инфра-М, 2016. – 383 с.
- 18 Обухов, О.В. маркетинга. Теория и практика: учеб. пособие / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 381 с.
- 19 Прокшина, Т. П. Маркетинг: учеб. пособие / Т. П. Прошкина. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2016. – 314 с.
- 20 Рыжикова, Т. Как рассчитать эффективность маркетинговой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://iteam.ru/publications/marketing/section_23/effektivnost_marketinga. – Дата доступа: 10.06.2021.
- 21 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Г.В. Савицкая. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 284 с.
- 22 Сребник, Б.В. Маркетинг / Б.В. Сребник. – М.: Высшая школа, 2017. – 360 с.
- 23 Саталкина, Н.И. Экономика торговли: учебное пособие / Н.И. Саталкина. – М.: ФОРУМ, 2014. – 232 с.
- 24 Саяхова, Э.В. Анализ финансовых результатов и рентабельности предприятия / Э.В. Саяхова, К.С. Курдюкова // Экономика и социум. – 2014. – № 2-2 (11). – С. 949-952
- 25 Синяев, В.В. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 323 с.
- 26 Сабирджанова, Д.К. Маркетинг/ Д.К. Сабирджанова [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://el.tfi.uz/pdf/marketing_ru.pdf. Дата доступа: 23.03.2021.
- 27 Слонимская, М.А. Маркетинговые исследования: учеб. пособие для студентов / Т. Г. Зорина, М. А. Слонимская. – Минск.: Белорусский государственный экономический университет, 2016. – 410 с.
- 28 Сервисы контекстной рекламы – преимущества и обзоры [Электронный ресурс] / Кейсы по созданию рекламы в Интернете. – Режим доступа: <https://alzari.ru/servisy-kontekstnoj-reklamy.html>. – Дата доступа: 04.06.2021.
- 29 Экономика предприятия (фирмы): учебник по экономическим специальностям / О. И. Волков [и др.]. – Москва: Инфра-М, 2009. – 602 с.

- 30 Экономика предприятия: учебник / А. П. Аксенов [и др.]. – Москва: КноРус, 2016. – 346 с.
- 31 Экономика предприятия: учебник / В. М. Семенов [и др.]. – Санкт-Петербург: Питер, 2016. – 416 с.
- 32 Экономика предприятия: учебник / В. К. Скляренко, В. М. Прудников. – Москва: Инфра-М, 2009. – 527 с.
- 33 Экономика предприятия: учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева [и др.]. – Минск: Белорусский государственный экономический университет, 2008. – 718 с.
- 34 Экономика предприятия: учеб. комплекс / Л. А. Лобан, В. Т. Пыко. – Минск: Современная школа, 2016 – 429 с.
- 35 Экономика фирмы: учебник / А. С. Арзамов [и др.]. – Москва: Инфра-М: Национальный фонд подготовки кадров, 2016. – 526, [1] с.
- 36 Экономика фирмы: учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.]. – Москва: ИД Юрайт, 2016. – 678 с.
- 37 Уткин, Э.А. Маркетинг / Э.А. Уткин. – М.: Эксмо, 2017. – 256 с.
- 38 Управление маркетингом: учебник / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Лидер, 2013. – 832 с.
- 39 Фролова Н.А. Выбор стратегии маркетинга предприятия на рынке // Новый университет. Серия: Экономика и право. – 2015. – № 10. – С. 80 – 82.
- 40 Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг. Стратегический подход / Дж. Шонесси. – М.: Питер, 2017. – 864 с.