

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

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, к.с.н., доцент

 И.Н. Кандричина
« 11 » июня 2025 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**ВОЗМОЖНОСТИ И РАЗВИТИЕ ЦЕНТРА ПИТАНИЯ БНТУ
НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

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

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

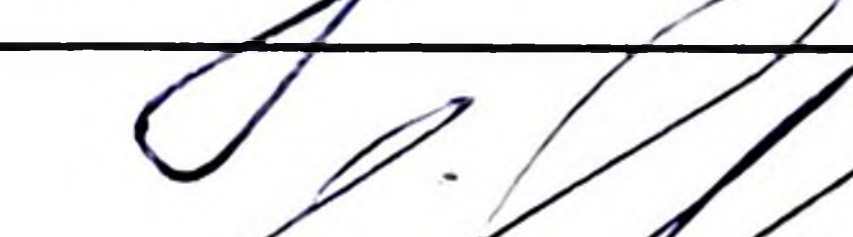
Студент-дипломник, гр. 10801121

Руководитель, ст. преподаватель

Консультант, ст. преподаватель

Консультант по технической части,
к.п.н., доцент

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель

	А.А. Жвирбля
	В.В. Можджер
	В.В. Можджер
	О.М. Володько
	Е.О. Шнип

Объем работы:

дипломная работа – 77 страница;

графическая часть – 8 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2025

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 77 страницы, 13 рисунков и схем, 7 таблиц, 48
использованных источников

ИССЛЕДОВАНИЯ, МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ, SEO, SMM, РЕКЛАМА, МАРКЕТОЛОГ, ИНСТРУКЦИЯ, ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Цель дипломной работы – исследование потребителей и разработка на их основе рекомендаций по развитию центра питания БНТУ.

Объект дипломного исследования – маркетинговые исследования в центре питания БНТУ.

Задачи дипломного исследования:

1. Исследование теоретических основ развития организаций на основе маркетинговых исследований;
2. Оценка деятельности центра питания БНТУ;
3. Применение результатов маркетингового исследования потребителей центра питания;
4. Разработка технологии реализации предложенных мероприятий.

Методы исследования: анализ теоретической литературы; обобщение; классификация; изучение документов базового предприятия; опрос, анкетирование, планирование, экономико-математические методы.

Содержание дипломной работы: исследование теоретических основ развития организаций на основе маркетинговых исследований; оценка деятельности центра питания БНТУ; применение результатов маркетингового исследования потребителей центра питания; разработка технологии реализации предложенных мероприятий теоретические основы управления конкурентоспособностью, включая международные теории; оценка хозяйственной деятельности и конкурентоспособности базового предприятия; пути и программа повышения конкурентоспособности базового предприятия; технологии реализации предлагаемой программы.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов дипломной работы – организация маркетинга в центре питания БНТУ и других предприятиях общественного питания.

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. Аринушкина, О. А. Статистические методы как основа маркетинговых исследований и управления рыночными процессами / О. А. Аринушкина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 11-1 (105). – С. 48-51.
2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие / И. К. Беляевский. – М.: КУРС: ИНФРА-М, 2020. – 392 с.
3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учеб. / С. Г. Божук. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 304 с.
4. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учеб. / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 490 с.
5. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учеб. и практикум / Е. П. Голубков. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 474 с.
6. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг: монография / М. Ю. Горнштейн. – М.: Дашков и К, 2023. – 404 с.
7. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учеб. / М. Н. Григорьев. – М.: Юрайт, 2023. – 559 с.
8. Григорян, Е. С. Маркетинг в общественном питании: учеб. / Е. С. Григорян, Г. Т. Пиканина, Е. А. Соколова. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 352 с.
9. Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования: практикум / В. Т. Гришина. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. – 58 с.
10. Данько, Т. П. Управление маркетингом: учеб. и практикум / Т. П. Данько. – М.: Юрайт, 2023. – 521 с.
11. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей: учеб. пособие / Л.С. Драганчук. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 192 с.
12. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства: учеб. пособие / Е. А. Джанджугазова. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 190 с.
13. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации: учеб. / А. П. Егоршин. – Нижний Новгород: НИЭМ, 2020. – 302 с.
14. Енокян, Т. А. Понятие и типы потребительской лояльности / Т. А. Енокян // Экономика и социум. – 2022. – № 10 (101)-1. – С. 355-358.

15. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. – 368 с.
16. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учеб. и практикум / А. П. Карасев. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 286 с.
17. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учеб. пособие / С. В. Карпова. – М.: Юрайт, 2023. – 383 с.
18. Корнеева, И. В. Маркетинг: учеб. и практикум / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – М.: Юрайт, 2023. – 436 с.
19. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учеб. / А. В. Коротков. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 545 с.
20. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом: учеб. и практикум / Т. Л. Короткова. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 221 с.
21. Кузеева, Д. А. Формирование и измерение потребительской лояльности / Д. А. Кузеева, Г. М. Гаджиев // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 6-2 (76). – С. 73-77.
22. Ларичева Е. А. Формирование комплекса маркетинга продукта или услуги: учеб. пособие / Е. А. Ларичева, Н. О. Радькова. – Брянск: БГТУ, 2023. – 117 с.
23. Литвинова, Е. Ю. Роль маркетинговых исследований в деятельности предприятий туризма и гостеприимства / Е. Ю. Литвинова // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2023. – №№ 1-2. – С. 57-66.
24. Маматкулова, Ш. Ж. Место и роль маркетинговых исследований в маркетинговой деятельности промышленных предприятий / Ш. Ж. Маматкулова // Архивариус. – 2020. – № 8 (53). – С. 49-52.
25. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 433 с.
26. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. и практикум / С. В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – М.: Юрайт, 2023. – 396 с.
27. Маркетинг: учеб. / под ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. – 183 с.
28. Маркетинг: учеб. и практикум / Т. А. Лукичева [и др.]; под ред. Т. А. Лукичевой, Н. Н. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 370 с.

29. Маркетинговые исследования: теория и практика: учеб. / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 307 с.
30. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учеб. пособие / под ред. Л.С. Латышовой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. – 150 с.
31. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учеб.-практ. пособие / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 166 с.
32. Овсянников, А. А. Современный маркетинг: учеб. и практикум / А. А. Овсянников. – М.: Юрайт, 2023. – 582 с.
33. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга: учеб. и практикум / О. К. Ойнер. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 350 с.
34. Родионова, Е. В. Исследование рынка и продвижение продукции: практикум / Е. В. Родионова. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2023. – 44 с.
35. Романов, А. А. Маркетинг: учеб. пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 438 с.
36. Рубцова, Н. В. Экспертиза маркетинговых исследований: методика, критерии, инструментарий / Н. В. Рубцова // Мир экономики и управления. – 2024. – Т. 24. – № 1. – С. 84-98.
37. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. – 292 с.
38. Седельников, В. М. Маркетинговое исследование потребительских предпочтений на рынке общественного питания (на примере г. Екатеринбурга) / В. М. Седельников // Практический маркетинг. – 2021. – № 2 (288). – С. 32-41.
39. Синяева, И. М. Маркетинг: учеб. / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. – М.: Юрайт, 2023. – 495 с.
40. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования: практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеев, В. А. Алексунин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 214 с.
41. Табашникова, О. Л. О роли маркетинговых исследований в стратегическом развитии организации / О. Л. Табашникова, М. И. Столбова // Практический маркетинг. – 2020. – № 12 (286). – С. 13-20.

42. Талайбек уулу, Т. Роль маркетинговых исследований в повышении эффективности предприятий / Т. Талайбек уулу, Г. Эсенали кызы, Н. А. Бекташева // Вестник науки. – 2024. – Т. 2. – № 6 (75). – С. 400-404.
43. Тимохович, А. Н. Особенности потребительского поведения в сфере быстрого общественного питания на московском рынке / А. Н. Тимохович, А. А. Бекренева // Цифровая социология. – 2024. – Т. 7. – № 3. – С. 24-33.
44. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования: учеб. / Б. Е. Токарев. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2022. – 512 с.
45. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учеб. / Д. В. Тюрин. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 342 с.
46. Филатов, В. В. Факторы формирования потребительских предпочтений и их влияние на спрос и программу лояльности клиентов предприятий общественного питания / В. В. Филатов, В. В. Кудрявцев, И. Е. Крыгина, Б. П. Нечаев // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2024. – № 3. – С. 46–56.
47. Чернышева, А. М. Методы и практики маркетинговых исследований: учеб. и практикум / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 373 с.
48. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности: учеб. пособие / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова, В.М. Михайлова. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2024. – 232 с.