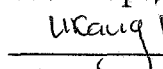


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, к.с.н., доцент

 И.Н. Кандричина
« 11 » июня 2025 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА В СИСТЕМЕ СБЫТА
ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГП «БЕЛГИПРОДОР»)

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

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

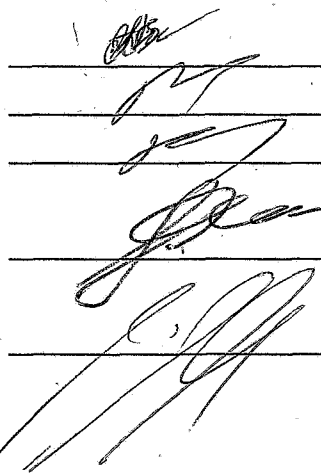
Студент-дипломник, гр. 10801121

Руководитель, д.э.н., профессор

Консультант, д.э.н., профессор

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

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель



В.С. Андросавич

Б.И. Гусаков

Б.И. Гусаков

О.М. Володько

Е.О. Шнип

Объем работы:

дипломная работа – 70 страница;

графическая часть – 8 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2025

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 70 страницы, 8 рисунков и схем, 15 таблиц, 51 использованных источников

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА, ОЦЕНКА, РЕКЛАМА, МАРКЕТОЛОГ, АНАЛИЗ, ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Цель дипломной работы – исследование маркетинговой политики в системе сбыта предприятия на примере государственного предприятия «Белгипродор».

Объект дипломного исследования – государственное предприятие «Белгипродор»

Задачи дипломного исследования:

1. Изучение теоретических основ сбытовой политики предприятия;
2. Анализ производственной деятельности предприятия;
3. Разработка сбытовой политики предприятия и основные направления ее совершенствования;
4. Разработка технологии реализации предложенных мероприятий.

Методы исследования: методы системного анализа, сравнительного анализа, экономико-статистические методы, а также методы маркетинговых исследований.

Содержание дипломной работы: дана характеристика предприятия, проведен анализ производственного–экономического потенциала предприятия, выявлены недостатки в системе формирования направления деятельности и сформулированы мероприятия по их совершенствованию путем разработки соответствующей маркетинговой стратегии, основанной на анализе предприятия.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов дипломной работы – государственное предприятие «Белгипродор» и другие предприятия дорожностроительной отрасли.

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. Авдокушин, Е. Ф. Маркетинг в международном бизнесе: учебное пособие / Е.Ф.Авдокушин. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2005. – 326 с.
2. Алексунин, В. А. Международный маркетинг : учебное пособие для высших учебных заведений / В. А. Алексунин. – 3-е изд. – М. : Дашков и К, 2005. – 158 с.
3. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И.Л. Акулич – Минск : Высшая школа, 2010.–525 с.
4. Афанасьев, М. П. Маркетинг: стратегия и тактика развития фирмы : учебник / М. П. Афанасьев. – М. : Книга, 2013. – 304 с.
5. Багиев, Г. Л. Международный маркетинг : учебник по специальности «Маркетинг» / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. – СПб. : Питер Пресс, 2008. – 688 с.
6. Багиев, Г. Л., Тарасевич, В. М., Анн, Х. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд./под общей ред. Г. Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2008 — 736
7. Бакка, Б. Малые промышленные фирмы на международных рынках : Маркетинг 5 : Проблемы конкуренции. Стадии интернационализации. Стратегия маркетинга. Примеры из деятельности компаний / Бьярне Бакка. – М. : Сов-ВИП, 1992. – 310 с.
8. Балашевич, М. И. (род. 1938). Международный маркетинг: формы работы предприятия на зарубежном рынке : учебное пособие / М. И. Балашевич. – Минск : БГЭУ, 1998. – 28 с.
9. Бурцев, В. В. Методические основы мониторинга системы сбыта готовой продукции / В. В. Бурцев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – № 4. – С. 28–32.
10. Маркетинг в строительстве : Учеб. для вузов строит. специальностей / В. В. Волков, Х. М. Гулиб, В. А. Лукинов и др. – М. : Юрайт-М, 2001. – 343 с.
11. Жаворонков, Е. П. Менеджмент в строительстве : поточное строительство, логистический подход, маркетинговые стратегии : учебное пособие для экономических вузов : по специальности 08502 «Экономика и управление на предприятии строительства» / Е. П. Жаворонков, Л. В. Пермякова. – М. : Элит, 2005. – 415 с.
12. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика – 2-е изд., перераб. и доп. / Т.А.Гайдаенко – М.: Эксмо, 2006. – 469 с.
13. Горбунов, С. В. Организационно-экономические направления совершенствования разработки производственной стратегии предприятия: На примере

станкостроения : Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук : 08.00.05 / Горбунов Сергей Васильевич. – Самара, 2004. – 23 с.

14. Глубокий, С. В. Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг: Конспект лекций и метод. пособие по выполнению индивидуал. задания / Межотраслевой ин-т повышения квалификации кадров по новым направлениям развития техники и технологии при БГПА. – Минск.: БГПА, 1999. – 108 с.

15. Глубокий, С. В. Бизнес–администрирование внешнеэкономической деятельности предприятия / С.В.Глубокий, А.Ф.Зубрицкий, А.М.Темичев. – Минск. : ВУЗ–ЮНИТИ, 2004. – 285 с.

16. Голубкова, Е. Н. Международный маркетинг : учебно–методическое пособие / Е. Н. Голубкова, М. Э. Сейфуллаева. – М. : Дело и сервис, 2008. – 254 с.

17. Гусева, М. Н. Маркетинг в строительстве : учебное пособие для студентов специальности «Менеджмент организации» — 080507 специализации «Управление бизнесом в строительстве» / М. Н. Гусева, И. З. Коготкова. – М. : Книжный мир, 2011. – 318 с.

18. Коробко, В. И. Основы менеджмента и маркетинга в строительстве : Учеб. пособие по специальностям стр–ва и архитектуры / В.И.Коробко, О.Н.Брюханов. – М. : Академия, 2003. – 298 с.

19. Ковалев, М. Н. Стратегическое управление предприятием: методы, модели, механизмы : монография / М. Н. Ковалёв. – Гомель : Международный университет «МИТСО», Гомельский филиал, 2014. – 220 с.

20. Коротина, А. Н. Маркетинговые стратегии : учебно–методический комплекс / А. Н. Коротина. – Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2007. – 113 с.

21. Основы маркетинга / Филип Котлер [и др. – 5–е европейское изд. – Москва [и др.] : Вильямс, 2016. – 751 с.

22. Котлер, Ф., Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Ф. Котлер. – М. :ИНФРА – М, 2013. – 169 с.

23. Краснов, Ю. М. Внешнеэкономическая стратегия монополий ФРГ. – М. : Междунар. отношения, 1981. – 239 с.

24. Ламбен, Ж. Стратегический маркетинг : Европ. перспектива / Пер. с фр. – СПб. : Наука. С.–Петербург. изд. фирма, 1996. – 589 с.

25. Ламбен, Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок /Перев. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2007. – 800 с.

26. Маджаро, С. Международный маркетинг : Сокр. пер. с англ. / Предисл. [с. 5–24] и общ. ред. Г. Г. Абрамишвили. – М. : Междунар. отношения, 1979. – 263 с.

27. Манджиева, Р. Д. Формирование эффективной сбытовой политики предприятия / Р. Д. Манджиева // Актуальные вопросы гуманитарных и социально-экономических процессов : сб. науч. тр. магистрантов, соискателей и преподавателей / С.-Петерб. гос. аграр. ун-т. – СПб., 2016. – Вып. 9. – С. 259–261.
28. Михолап, С. В. Маркетинговые возможности предприятий Республики Беларусь на внешних рынках / С. В. Михолап. – Минск : Белорусский государственный экономический университет, 2007. – 201 с.
29. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент», «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр») / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. – М. : Дашков и К°, 2014. – 181 с.
30. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг и бизнес : учебное пособие / Н. К. Моисеева. – М. : Курс : Инфра-М, 2015. – 270 с.
31. Носова, Н. С. Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы / Н. С. Носова. – 2-е изд. – М. : Дашков и К°, 2015. – 254 с.
32. Ноздрева, Р. Б. Современные аспекты международного маркетинга : Учеб. пособие / Р.Б.Ноздрева. – М. : Росспэн, 2004. – 278 с.
33. Овечкина, О. М. Международный маркетинг : курс лекций / О.М.Овечкина. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2005. – 123 с. – (Система открытого образования).
34. Окрут, З. М. Транснациональные корпорации в борьбе за внешние рынки : Лекция / Моск. ин-т нар. хоз-ва им. Г. В. Плеханова. – М. : МИНХ, 1989. – 47 с.
35. Рутко, Д. Ф. Международный маркетинг / Д. Ф. Рутко. – Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2018. – 88 с.
36. Сейфуллаева, М. Э. Международный маркетинг в экономике современной России / М.Э.Сейфуллаева. – М. : Экономика, 2001. – 219 с.
37. Слабинский, В. В. Особенности сбыта промышленной продукции в современных условиях / В. В. Слабинский // Экономика, предпринимательство и право. – 2017. – № 4. – С. 21–26.
38. Уайт, С. Основы маркетинга : [перевод с английского] / Сара Уайт. – М. : АСТ : Астрель, 2004. – 424 с.
39. Маркетинговая стратегия : курс МВА : перевод с английского / О.Уолкер-младший [и др.]. – М. : Вершина, 2006. – 492 с.
40. Ушакова, А. Б. Развитие конкурентной стратегии предприятия на основе маркетинга : Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук : 08.00.05 / Ушакова Анна Борисовна. – М., 2004. – 22 с.