

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

ПАВЛЮКОВИЧ

Юлия Юрьевна

**УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
ОРГАНИЗАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
С.А. Хмель

Допущена к защите

«___» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга

кандидат экономических наук, доцент

_____ Н.В. Черченко

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 65 с., 3 рис., 11 табл., 40 источника.

МАРКЕТИНГ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, АНАЛИЗ, УПРАВЛЕНИЕ,
МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ.

Цель работы: исследование и разработка путей совершенствования маркетинговой деятельности в ОАО «Кобринагромаш».

Объект исследования: ОАО «Кобринский завод агропромышленного машиностроения».

Предмет исследования: изучение маркетинговой деятельности на предприятии ОАО «Кобринагромаш».

Методы исследования: анкетирование, дедукция, индукция, сравнения, систематизация и обобщение теоретических и практических материалов, сводки и группировки, аналитические процедуры.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы маркетинговой деятельности; проведено исследование маркетинговой деятельности в ОАО «Кобринагромаш»; предложены пути совершенствования маркетинговой деятельности в ОАО «Кобринагромаш».

Область возможного практического применения: использование предложенных мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Технико-экономическая, социальная и (или) экологическая значимость: предложенные мероприятия позволят усовершенствовать управление маркетинговой деятельностью на ОАО «Кобринагромаш».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 65 с., 3 мал., 11 табл., 40 крыніц.

МАРКЕТЫНГ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, АНАЛІЗ, КІРАВАННЕ,
МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, ШЛЯХІ ЁДАСКАНАЛЕННЯ.

Мэта працы: даследаванне і распрацоўка шляхоў удасканалення маркетынгавай дзейнасці ў ААТ "Кобрынаграмаш".

Аб'ект даследавання: ААТ "Кобрынскі завод аграпрамысловага машынабудавання".

Прадмет даследавання: вывучэнне маркетынгавай дзейнасці на прадпрыемстве ААТ «Кобрынаграмаш».

Метады даследавання: анкетаванне, дэдукцыя, індукцыя, параўнанне, сістэматызацыя і абагульненне тэарэтычных і практычных матэрыялаў, зводкі і групы, аналітычныя працэдуры.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучаны тэарэтычныя асновы маркетынгавай дзейнасці; праведзена даследаванне маркетынгавай дзейнасці ў ААТ "Кобрынаграмаш"; прапанаваны шляхі ўдасканалення маркетынгавай дзейнасці ў ААТ «Кобрынаграмаш».

Вобласць магчымага практычнага прымянення: Выкарыстанне прапанаваных мерапрыемстваў па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная і (або) экалагічная значнасць: прапанаваныя мерапрыемствы дазваляць удасканаліць кіраванне маркетынгавай дзейнасцю на ААТ "Кобрынаграмаш".

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены у ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а все запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Thesis: 65 p., 3 Fig., 11 table., 40 sources.

MARKETING, EFFICIENCY, ANALYSIS, MANAGEMENT,
MARKETING ACTIVITIES, WAYS OF IMPROVEMENT.

Objective: study and develop ways of improvement of marketing activity of JSC "Kobrinagromash".

Object of study: JSC "Kobrin agricultural machinery plant".

The subject of the study: the study of marketing activities at the JSC "Kobrinagromash".

Research methods: questioning, deduction, induction, comparison, systematization and generalization of theoretical and practical materials, summaries and groupings, analytical procedures.

Research and development: explored the theoretical foundations of marketing activities; the study of marketing activities of JSC "Kobrinagromash"; the ways of improvement of marketing activity of JSC "Kobrinagromash".

Area of possible practical application: the use of the proposed measures to improve the marketing activities of the enterprise.

Technical and economic, social and (or) environmental significance: the proposed measures will improve the management of marketing activities at JSC "Kobrinagromash".

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг взаимоотношений : учеб.-метод. пособие / И. Л. Акулич. – Минск : Выш. шк., 2010. – 252 с.
2. Акулич, И. Л. Основы маркетинга. Практикум. Учебное пособие с грифом Министерства образования Республики Беларусь / И. Л. Акулич. – Минск : БГЭУ, 2017. – 383 с.
3. Акулич, И. Л. Основы маркетинга : учеб. пособие / И. Л. Акулич, Е. В. Демченко. – Минск : Выш. шк., 2013. – 236 с.
4. Алексунин, В. А. Маркетинг : Учебник / В. А. Алексунин. – 6 е изд. – М. : Издательско торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. – 216 с.
5. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учеб. пособие / Любушин Н. П., Лещева В. Б., Дьякова В. Г; под ред. проф. Н. П. Любушина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 471 с.
6. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг. – М. : Вильямс И. Д., 2019. – 752 с.
7. Ассель, Г. Маркетинг : принципы и стратегия : учеб. пособие / Пер. с англ. М. З. Штернгарца. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 803 с.
8. Багиев, Г. Л. Маркетинг : учеб. пособие / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. – М. : Экономика, 2015. – 718 с.
9. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность: организация и управление : учебник / Р. И. Бунеева. – Ростов н/Д : Феникс, 2013. – 365 с.
10. Витт, Ю. Управление сбытом / Ю. Витт ; пер. с нем. С. Т. Бугло. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 112 с.
11. Виханский, О. С., Наумова А. И. Практикум по курсу «Менеджмент»/ под ред. А. И. Наумова – М. : Гардарики, 2012. – 288 с.
12. Весник, В. Р., Менеджмент : учеб. издание, перераб. и доп. – М. : Проспект, 2009. – 512 с.
13. Герчикова, И. Н. Маркетинг и международные экономические отношения / И. Н. Герчикова – М. : Экономика, 2015. – 312 с.
14. Глубокий, С. В. Товаропроводящая сеть предприятия : эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С. В. Глубокий. – Минск : Изд-во Гревцова, 2015. – 376 с.
15. Годин, А. М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А. М. Годин. – 11-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и Ко, 2014. – 656 с.
16. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Изд-во «Центр», 2015. – 688 с.
17. Гусева, М. Н. Маркетинг в строительстве / М. Н. Гусева, И. В. Коготкова. – М. : Книжный мир, 2011. – 318 с.

18. Данилевич, А. А. Маркетинг предприятия отрасли / А. А. Данилевич. – Минск : БИП-С плюс, 2010. – 77 с.
19. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учеб. для вузов / Т. П. Данько. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 334 с.
20. Демченко, Е. В. Маркетинг услуг : учеб. пособие для вузов / Е. В. Демченко. – Минск : БГЭУ, 2013. – 161 с.
21. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика. Учебник / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. – М. : Юрайт, 2015. – 448 с.
22. Дойль, П. Маркетинг-менеджмент и стратегии : учеб. пособие / П. Дойль. – СПб. : Питер, 2015. – 544 с.
23. Дурович, А. П. Маркетинг : курс интенсивной подготовки: учеб. пособие / А. П. Дурович – Минск : Современная школа, 2010. – 256 с.
24. Дурович, А. П. Маркетинговые коммуникации : курс интенсивной подготовки: учеб. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Гришко. – Минск : Современная школа, 2010. – 224 с.
25. Ильющенко, Е. В. Маркетинг на предприятии : учеб. пособие для вузов / Е. В. Ильющенко. – Минск : Экоперспектива, 2015. – 208 с.
26. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг : учеб. пособие / О. И. Карпеко. – Минск : БГЭУ, 2015. – 415 с.
27. Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. – М. : Дашков и Ко, 2013. – 258 с.
28. Коробейников, О. П. Экономика предприятия. Учебное пособие / О. П. Коробейников, В. В. Ноздрин, Д. В. Хавин. – Нижний Новгород, 2013. – 242 с.
29. Котлер, Ф. Основы маркетинга : учеб. пособие / Ф. Котлер. – М. : Ростинтэр, 2013. – 704 с.
30. Крылова, Г. Д. Менеджмент / Г. Д. Крылова. – М. : Прогресс, 2015. – 359 с.
31. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : Учебное пособие / Е. И. Мазилкина. – М. : Дашков и К, 2016. – 286 с.
32. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю. В. Морозов, В. Т. Гришина. – 9-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 446 с.
33. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – М. : Юрайт , 2015. – 474 с.
34. Маркетинг: общий курс : уч. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Экономика» (под ред.: Н. Я. Калюшной, А. Я. Якобсона. – 3 – е изд., стер. – М. : Издательство «Омега - Л», 2009. – 476 с.

35. Маркетинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / ред. Н. М. Кондратенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2015. – 408 с.
36. Основы маркетинга : учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений / Н. И. Гавриленко. – М. : Издательский центр «Академия», 2016. – 320 с.
37. Основы маркетинга : учеб. пособие / Под ред. Ф. Котлера, Г. Армстронга. – М. : ИД «Вильямс», 2013. – 1056 с.
38. Основы маркетинга : Практикум / Под ред. Дайитбегова Д. М., Синяевой И. М. – М. : Вузовский учебник, 2018. – 318 с.
39. Панкрухин, А. П. Маркетинг : учеб. пособие / А. П. Панкрухин. – М. : Омега–Л, 2016. – 656 с.
40. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : Учебник и практикум для МПО / Н. П. Реброва. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 277 с.
41. Сухов, В. Д. Основы маркетинга : Практикум / В. Д. Сухов. – М. : Academia, 2017. – 192 с.
42. Суша, Г. З. Экономика предприятия / Г. З. Суша. – Минск : ООО «Новое знание», 2016. – 384 с.
43. Умавов, Ю. Д. Основы маркетинга (для бакалавров) / Ю. Д. Умавов, Т. А. Камалова. – М. : КноРус, 2019. – 384 с.
44. Уткин, Э. А. Маркетинг : учеб. / Э. А. Уткин. – М. : Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Изд-во ЭКМОС, 2016. – 483 с.
45. Шеремет, А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия / А. Д. Шеремет – М. : Инфра-М, 2011. – 370 с.
46. Шилков, В. И. Стратегический менеджмент : Учебное пособие / В. И. Шилков. – М. : Форум, 2015. – 304 с.
47. Щепакин Б. Б. Рекламная деятельность : экономика и эффективность / Б. Б. Щепакин. – Ростов–на–Дону : Феникс, 2017. 252 с.
48. Экономика предприятия : учеб. / под ред. А. Е. Карлика, М. Л. Шухгальтера. – М. : ИНФРА – М, 2016. – 432 с.
49. Экономика предприятия : учеб. пособие / В. П. Волков ; под общ. ред. А. И. Ильина, В. П. Волкова. – М. : Новое знание, 2016. – 677 с.
50. Электронный сайт Кобринский завод агропромышленного машиностроения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kobrinagromash.by>– Дата доступа: 6.05.2019