

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ БИЗНЕСА**

**Кафедра маркетинга**

**БОРОВИК**

Алексей Витальевич

**ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ  
И ОЦЕНКА ЕЁ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
старший преподаватель  
С.А. Хмель

Допущен к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга

кандидат экономических наук, доцент

\_\_\_\_\_ Н.В. Черченко

Минск, 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 74 с., 4 рис., 11 табл., 50 источников, 2 прил.

### ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОЦЕНКА ЕЁ ЭФФЕКТИВНОСТИ.

**Цель исследования:** исследование особенностей выставочной деятельности предприятия и оценка ее эффективности.

**Объект исследования:** выставочная деятельность.

**Предмет исследования:** выставочная деятельность ОАО «ЦБК-Консалт».

**Методы исследования:** наблюдение, анализ, индукция, дедукция, метод восхождения от абстрактного к конкретному.

**Исследования и разработки:** рассмотрены теоретические основы выставочной деятельности предприятия, проведен анализ и оценка выставочной деятельности предприятия, предложены мероприятия по совершенствованию выставочной деятельности предприятия.

**Элементы научной новизны:** разработаны предложения по повышению эффективности выставочной деятельности ОАО «ЦБК-Консалт».

**Область возможного практического применения:** практический маркетинг «ЦБК-Консалт», предприятия Республики Беларусь.

**Технико-экономическая, социальная значимость:** внедрение предложений по повышению эффективности выставочной деятельности позволит увеличить товарооборот предприятия и как следствие увеличит прибыль; облегчит идентификацию предприятия клиентами и партнерами; а в конечном счете – укрепит его конкурентоспособность на высококонкурентном рынке.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал 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: 74 с., 4 мал., 11 табл., 50 крыніц, 2 дадатка.

### АРГАНІЗАЦЫЯ ВЫСТАВАЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ ПРАДПРЫЕМСТВА І АЦЭНКА ЯЕ ЭФЕКТЫЎНАСЦІ.

**Мэта даследавання:** даследаванне асаблівасцяў выставачнай дзейнасці прадпрыемства і ацэнка яе эфектыўнасці.

**Аб'ект даследавання:** выставачная дзейнасць.

**Прадмет даследавання:** выставачная дзейнасць ААТ «ЦБК-Кансалт».

**Метады даследавання:** назіранне, аналіз, індукцыя, дэдукцыя, метады узыходжання ад абстрактнага да канкрэтнага.

**Даследаванні і распрацоўкі:** разгледжаны тэарэтычныя асновы выставачнай дзейнасці прадпрыемства, праведзены аналіз і ацэнка выставачнай дзейнасці прадпрыемства, прапанаваныя мерапрыемствы па ўдасканаленні выставачнай дзейнасці прадпрыемства.

**Элементы навуковай навізны:** распрацаваны прапановы па павышэнню эфектыўнасці выставачнай дзейнасці ААТ «ЦБК-Кансалт».

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** практычны маркетынг «ЦБК-Кансалт», прадпрыемства Рэспублікі Беларусь.

**Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць:** ўкараненне прапаноў па павышэнню эфектыўнасці выставачнай дзейнасці дазволіць павялічыць таваразварот прадпрыемства і як следства павялічыць прыбытак; аблегчыць ідэнтыфікацыю прадпрыемствы кліентамі і партнёрамі; а ў канчатковым выніку - ўмацуе яго канкурэнтаздольнасць на высокаканкурэнтнай рынку.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

## THE ABSTRACT

Thesis: 74 page., 4 fig., 11 tab., 50 sources, 2 annex.

### ORGANIZATION OF EXHIBITION ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AND ASSESSMENT OF ITS EFFICIENCY

**Research objective:** a study of the characteristics of the exhibition activities of the enterprise and the evaluation of its effectiveness.

**Research object:** exhibition activity.

**Object of research:** exhibition activity of LLC "CBK Consult".

**Research methods:** observation, analysis, induction, deduction, the method of ascent from the abstract to the concrete.

**Research and development:** the theoretical foundations of the exhibition activities of the enterprise were reviewed, the analysis and evaluation of the exhibition activities of the enterprise were carried out, and measures were proposed to improve the exhibition activities of the enterprise.

**Elements of scientific novelty:** proposals have been developed to improve the efficiency of the exhibition activities of LLC "CBK-Consult".

**The area of possible practical application:** practical marketing of enterprises of the Republic of Belarus and LLC "CBK-Consult".

**Technical, economic, social importance:** the introduction of proposals to improve the efficiency of exhibition activities will increase the turnover of the enterprise and as a result will increase profits; facilitate the identification of the enterprise by customers and partners; and ultimately - will strengthen its competitiveness in a highly competitive market.

The author confirms that the analytical material presented in it objectively reflects the state of the process being studied, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literature and other sources are accompanied by references to their authors.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аакер, Д. А. Рекламный менеджмент / Д. А. Аакер. – М. : Гелла Принт, 2016. – 236 с.
2. Аксенова, К. А. Реклама и рекламная деятельность : учебник / К. А. Аксенова. – М. : ЮНИТИ, 2015. – 152 с.
3. Александров, А. А. Электронный двигатель торговли / А. А. Александров // Business Online. – 2016. – № 9. – С. 29–30.
4. Айзенберг, М. Н. Менеджмент рекламы / М. Н. Айзберг. – М. : Финикс, 2013. – 215 с.
5. Анохина, Н. Н. Прикладной маркетинг : пособие для студентов экон. специальностей высш. и сред. спец. учеб. заведений / Н. Н. Анохина, Г. А. Щербич. – Минск : Изд-во Гревцова, 2018. – 224 с.
6. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – М. : Дашков и К. 2017. – 328 с.
7. Багиев, Г. А., Тарасевич, В. Н., Анн, Х. Маркетинг : учебник для вузов / под общ. ред. Г. П. Багиева. – СПб. : Питер, 2016. – 736 с.
8. Барышникова, И. Интернет-реклама растет быстрее других сегментов рекламного рынка / И. Барышникова // TUT.BY [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.tutby.com/publications/advert/3720/>. – Дата доступа: 01.12.2018.
9. Бизнес-план ОАО «ЦБК-Консалт» на 2018 год.
10. Бухгалтерская отчетность ОАО «ЦБК-Консалт» за 2017-2018 годы.
11. Выставки Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.minskexpo.com/avtoservis-mechanika-avtokomponenty>. – Дата доступа: 23.04.2019.
12. Виноградова, С. В. Коммерческая деятельность : учебник / С. В. Виноградова. – Мн. : Вышэйшая школа, 2013. – 285 с.
13. Гольман, И. А. Рекламные технологии. Организация выставочной деятельности: монография / И. А. Гольман. – М. : Гелла-Принт, 2016. – 382 с.
14. Герасимов, Б. И. Маркетинг : учебник / Б. И. Герасимов. – М. : Форум, 2011. – 333 с.
15. Ганэ, В. А., Соловьева, С. В. Теоретические основы менеджмента / В. А. Ганэ, С. В. Соловьева. – Минск : Изд-во МИУ, 2014. – 212 с.
16. Генкин, Б. М. Экономика и социология труда. Учебник для вузов / Б. М. Генкин. – М. : Норма, 2017. – 448 с.
17. Денисова, К. Г. Финансы предприятий / К. Г. Денисова. – Минск : Изд-во МИУ, 2015. – 120 с.

18. Дурович, А. П. Основы маркетинга : Учебное пособие / А. П. Дурович. – Москва : Новое знание, 2013. – 804 с.
19. Жукова, Т. Н. Управление и организация маркетинговой деятельности: учеб. пособие для вузов / Т. Н. Жукова. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 197 с.
20. О рекламе. Закон Республики Беларусь № 225-З от 10.05.2007 // Ведомости национального собрания Республики Беларусь. – 1997. – № 8. – С. 45–57.
21. Засмужец, С. И. Системы управления персоналом / С. И. Засмужец // Экономика. Финансы. Управление. – № 2. – 2017. – С. 80–84
22. Катернюк, А. В. Рекламные технологии: Коммерческая реклама / А. В. Катернюк. – М. : 2001. – 356 с.
23. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: пер с англ. / Ф. Котлер. – Москва : Вильямс, 2010. – 646 с.
24. Ким, С. А. Маркетинг : учебное пособие / С. А. Ким. – М. : Дашков и К, 2015. – 240 с.
25. Колюжнова, Н. Я. Маркетинг. Общий курс : учебник / Н. Я. Колюжнова. – М. : Омега-Л, 2016. – 476 с.
26. Любимов, А. Психология рекламы : монография / А. Любимов. – СПб. : Лань, 2014. – 198 с.
27. Маркетинг : учебник / Т. Н. Парамонова [и др.]; под общ. Ред. Т. Н. Парамоновой. – М. : КНОРУС, 2014. – 360 с.
28. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебник / Е. П. Михалева. – М. : Форум, 2017. – 222 с.
29. Мудров, А. Н. Основы рекламы : учебник / А. Н. Мудров. – М. : Магистр, 2016. – 397 с.
30. Маркетинг : учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р. Б. Ноздрева и [и др.]; под общ. ред. Р. Б. Ноздревой. – М. : Юристъ, 2014. – 568 с.
31. Машлинцев, А. Эффективность рекламы : монография / А. Машлинцев. – М. : ЮНИТИ, 2012. – 263 с.
32. Маслова, Т. Д. Маркетинг : учебник / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2016. – 384 с.
33. Маркетинг : курс лекций / Н. В. Черченко [и др.]; под общ. ред. Н. В. Черченко. – Минск : РИВШ, 2017. – 128 с.
34. Ноздрева, Р. Б. Маркетинг : Учебник / Р. Б. Ноздрева. – Москва : Экономистъ, 2015. – 564 с.
35. Протасов, Д. Н. Основной закон рекламы : монография / Д. Н. Протасов. – М. : Август принт, 2016. – 171 с.

36. Пешкова, Е. П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы / Е. П. Пешкова. – Москва, 2016. – 544 с.
37. Попов, Е. М. Финансы предприятий : учебник / Е. М. Попов. – Минск : Выш. шк. , 2013. – 573 с.
38. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – Москва : Вильямс, 2014. – 679 с.
39. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Ф. Г. Панкратов. – М. : Дашков и К, 2013. – 499 с.
40. Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность : учебник / Ф. Г. Панкратов. – М. : Дашков и К, 2014. – 364 с.
41. Об утверждении Санитарных норм, правил и гигиенических нормативов «Гигиенические требования к условиям труда работников и санитарному содержанию производственных предприятий. Постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 16 июля 2010 г. № 98.
42. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учебник / А. А. Романов. – М. : Эксмо, 2016. – 304 с.
43. Ромина, А. Г. Коммерческая деятельность : учебник / А. Г. Ромина. – Мн. : БГЭУ, 2015. – 316 с.
44. Реализация стратегии маркетинга // cfin.ru [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: [http://www.cfin.ru/marketing/tema8\\_advert.shtml](http://www.cfin.ru/marketing/tema8_advert.shtml). – Дата доступа: 01.12.2018.
45. Статистические данные по пассажиропотоку в Минском Метрополитене // credere.by [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.credere.by/fl/tariffs/metro/passazhiripotok.doc>. – Дата доступа: 01.12.2018.
46. Тронин, Ю. Н. Анализ финансовой деятельности предприятия / Ю. Н. Тронин. – М. : Альфа, 2016. – 208 с.
47. Цветкова, Н. В. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в деятельности предприятий сферы услуг : монография / Н. В. Цветкова. – Москва, 2016. – 25 с.
48. Шаповалов, В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ : учебное пособие / В. А. Шаповалов. – Ростов Н/Д : Феникс, 2014. – 345 с.
49. Щегорцов, В. А. Маркетинг : учебник для вузов / В. А. Щегорцов, В. А. Таран. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 447 с.
50. Якобсон, А. Я. Маркетинг и маркетинговые коммуникации : учебник / А. Я. Якобсон. – М. : Омега-Л, 2017. – 474 с.