

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИНСТИТУТ БИЗНЕСА**

**Кафедра маркетинга**

**ЛЯХОВСКАЯ**  
Вероника Валерьевна

**ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В  
ОРГАНИЗАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук,  
доцент Н.В. Черченко

Допущена к защите  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга  
кандидат экономических наук, доцент  
\_\_\_\_\_ Н.В. Черченко

Минск, 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 64 с., 6 рис., 18 таб., 1 фор., 65 источников, 3 приложения.

Ключевые слова: ПЛАНИРОВАНИЕ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, КОНТРОЛЬ

**Цель исследования:** разработка предложений по повышению эффективности планирования маркетинговой деятельности организации.

**Объект исследования:** маркетинговая деятельность ОАО «Світанак».

**Предмет исследования:** особенности планирования маркетинговой деятельности ОАО «Світанак».

**Методы исследования:** метод комплексной оценки маркетинговой деятельности, метод оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия, базирующийся на системном подходе, метод оценки эффективности формирования общественного мнения предприятия.

**Область возможного практического применения:** маркетинговая деятельность предприятия ОАО «Світанак»

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: 64 с., 6 мал., 18 таб., 1 фор., 65 крыніц, 3 дадатка.

Ключавыя словы: ПЛАНАВАННЕ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, ЭФЕКТЫУНАСЦЬ, СТРАТЭГІЧНАЕ ПЛАНАВАННЕ, КАНТРОЛЬ

**Мэта даследавання:** распрацоўка прапаноў па павышэнню эфектыўнасці планавання маркетынгавай дзейнасці арганізацыі.

**Аб'ект даследавання:** маркетынгавая дзейнасць ААТ «Світанак».

**Прадмет даследавання:** асаблівасці планавання маркетынгавай дзейнасці ААТ «Світанак».

**Метады даследавання:** метады комплекснай ацэнкі маркетынгавай дзейнасці, метады ацэнкі эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства, якія базуюцца на сістэмным падыходзе, метады ацэнкі эфектыўнасці фарміравання грамадскай думкі прадпрыемства.

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** дзейнасць прадпрыемства ААТ «Світанак».

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй матэрыялы правільныя і аб'ектыўныя адлюстроўваюць стан даследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

# ESSAY

Thesis: 64 p., 6 pic., 18 tables, 1 for., 65 sources, 3 applications.

Keywords: PLANNING, MARKETING ACTIVATING, EFFICIENCY, STRATEGIC PLANNING, CONTROL

**The purpose of the research:** development of proposals for increasing the effectiveness of planning the marketing activities of the organization.

**Object of the research:** marketing activity of JSC "Svitanak".

**The subject of the research:** features of planning marketing activities of JSC "Svitanak".

**Methods of research:** method of integrated assessment of marketing activities, a method for assessing the effectiveness of marketing activities of an enterprise, based on a system approach, a method for assessing the effectiveness of public opinion.

**Area of possible practical application:** activity of the enterprise JSC «Svitanak».

The author of the work confirms that the analytical and analytical material cited in objectively reflects the state of the processes under investigation, and all theoretical, methodological and methodological provisions borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеенко, В. Б. Промышленный маркетинг : учебное пособие / В. Б. Алексеенко. – М. : Российский университет дружбы народов, 2016. – 940 с.
2. Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / В. А. Алексунин. – М. : Дашков и К°, 2017. – 256 с.
3. Амблер, Т. Практический маркетинг : пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Издательство «Питер», 2016. – 400 с.
4. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Прогресс, 2015. – 560 с.
5. Аристов, О. В. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / О. В. Аристов. – М. : ЗАО «Финстатинформ», 2014. – 257 с.
6. Базиков, А. А. Экономика, маркетинг и мировая экономика : учебное пособие / А. А. Базиков. – Орел. : Директ-Медиа, 2015. – 360 с.
7. Балашов, В. Система маркетинга на предприятии : практический маркетинг / В. Балашов. – М. : 2015. – № 3. – С. 17-20.
8. Басовский, Л. Е. Маркетинг : Курс лекций /Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 219 с.
9. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика, 2016. – 320 с.
10. Березин, И. С. Маркетинг и исследования рынков / И. С. Березин. – М. : Русская Деловая Литература, 2018. – 416 с.
11. Березин, И. С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению / И. С. Березин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 383 с
12. Гамаюнов, С. Н. Основные принципы маркетинга: учебное пособие / С. Н. Гамаюнов. – Тверь : Агротерра, 2017. – 416 с.
13. Годин, А. М. Маркетинг на предприятии отрасли печати / А. М. Годин. – М. : Издательство МГУП, 2017. – 604 с.
14. Голубков, Е. П. Основы маркетинга: учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям / Е. П. Голубков. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Финпресс, 2013. – 656 с.
15. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования / Е. П. Голубков. – М. : «Финпресс», – 2017. – 580 с.
16. Голубков, Е. П. Основы маркетинга : учебное пособие / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2017. – 656 с.
17. Грузинов, В. П. Схема маркетинговой деятельности / В. П. Грузинов. – М. : «Инфра – М», 2016. – 305 с.

18. Дикарева, В. А. Основы современного маркетинга : учебное пособие / В. А. Дикарева. – М. : Изд-во Граница, 2015. – 265 с.
19. Жукова, Т. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / Т. Н. Жукова. – СПб. : СПбГИЭУ, 2015. – 126 с.
20. Завьялов, П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учебное пособие / П. С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 496 с.
21. Захарова, И. В. Маркетинг в вопросах и решениях : учебное пособие / И. В. Захарова. – М. : КноРус, 2017. – 374 с.
22. Иванова, Н. В. Практикум по дисциплине "Маркетинг" : учебное пособие / Н. В. Иванова. – Волгоград : Волгоградская ГСХА, 2017. – 144 с.
23. Карпова, С. В. Маркетинг : учебное пособие / С. В. Карпова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2017. – 473 с.
24. Киселица, Е. П. Маркетинг : учебное пособие / Е. П. Киселица. – Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2016. – 244 с.
25. Кныш, М. И. Конкурентные стратегии: учеб. пособие / М. И. Кныш. – СПб. : 2014. – 300 с.
26. Ковалев, А. И., Войленко В. В. Маркетинговый анализ / А. И. Ковалев, В. В. Войленко. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2014. – 256 с.
27. Ковалев, А. И., Маркетинг в системе управления предприятием / А. И. Ковалев. – М. : Благовест-В, 2018. – 616 с.
28. Кондратьева, М. Н. Экономика и маркетинг: учебное пособие / М. Н. Кондратьева. – Ульяновск : УлГТУ, 2016. – 143 с.
29. Котлер, Ф. Основы маркетинга : учебное пособие / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2015. – 670 с.
30. Котлер Ф., Армстронг Г., Сандерс Дж. Основы маркетинга : учебное пособие / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сандерс. – СПб. : Вильямс, 2015. – 1055 с.
31. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : учебное пособие / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2016. – 896 с.
32. Ламбен, Ж. Ж. Стратегический маркетинг : учебное пособие / Ж. Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 2018. – 650 с.
33. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия : учебное пособие для вузов / Н. П. Любушин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 471 с.
34. Максимова, И. В. Маркетинг : учебное пособие / И. В. Максимова. – Волгоград : ВАГС, – 2015. – 164 с.
35. Максимова, Ю. Ю. Практический маркетинг : учебное пособие / Ю. Ю. Максимова. – Коломна : Московский гос. обл. социально-гуманитарный ин-т, 2016. – 393 с.

36. Маркетинг : учебник для студентов / под. ред. проф. Н. П. Ващекина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2016. – 312 с.
37. Маркетинг : учебник для вузов / Н. Д. Эриашвили, К. Ховард, под ред. Н. Д. Эришвили. – 3-е изд., перераб. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 623 с.
38. Маркетинг : учебник для студентов / А. Н. Романов, Ю. Ю. Корлюгов, С. А. Красильников, под ред. А. Н. Романова. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. – 560 с.
39. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: учебное пособие / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 2014. – 890 с.
40. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпел Д. Школа стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстренд, Д. Лэмпел. – СПб. : Питер, 2017. – 400 с.
41. Миронов, В. И. Стратегические решения в маркетинге : учебное пособие / В. И. Миронов. – Пермь : НОУ ВПО "Западно-Уральский институт экономики и права: Книжный формат, 2016. – 370 с.
42. Мишурова, И. В., Лысенко, Н. А. Менеджмент профессиональных услуг : стратегия и тактика : учебно-практическое пособие / И. В. Мишурова, Н. А. Лысенко. – М. : ИКЦ "МарТ", 2016. – 176 с.
43. Мхитарян, С. В. Отраслевой маркетинг : учебное пособие – М. : Эксмо, 2015. – 368 с.
44. Перлов, В. И. Маркетинг на предприятии отрасли печати / В. И. Перлов. – М. : Издательство МГУП, 2016. – 160 с.
45. Портер, М. Э. Конкуренция.: учебное пособие / Пер. с англ. : – М. : Изд. Дом «Вильямс», 2015. – 608 с.
46. Пунин, Е. И. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятии / Е. И. Пунин – М. : Инфра- М, 2014. – 116 с.
47. Саати, Т., Кернс, К. Аналитическое планирование. Организация систем: / Т. Саати, К. Кернс, Пер. с англ. : М. : Радио и связь, 2014. – 224 с.
48. Солин, А. Д. Маркетинг : учебное пособие / А. Д. Солин. – М. : НОРМА-М, 2015. – 732 с.
49. Титова, Н. Е., Кожаев, Ю. П. Маркетинг : учеб. пособие для студ. высш. Учеб. Заведений / Н. Е. Титова, Ю. П. Кожаев. – М. : ВЛАДОС, 2015. – 352 с.
50. Уварин, В. Р. Маркетинг : Учебное пособие / В. Р. Уварин. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 296 с.
51. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический менеджмент : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 7-е изд., испр. и доп. М. : Дело, 2005. – 448 с.
52. Фляйшер К., Б. Бенсуссан. Стратегический и конкурентный анализ / К. Фляйшер, Б. Бунсуссан. – М. : Бином. Лаборатория знаний, 2017. – 399 с.
53. Хершген, Х. Маркетинг: основы профессионального успеха : учебник для вузов: пер. с нем. / Х. Хершген. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 334 с.

54. Ходеев, Ф. П. Маркетинг для студентов средних специальных учебных заведений : учебники и учебные пособия / Ф. П. Ходеев. – Ростов н/Д : «Феникс», 2017. – 218 с.
55. Хомутов, А. Л. Маркетинг : учебное пособие / А. Л. Хомутов. – Волгоград : ВАГС, 2014. – 285 с.
56. Хруцкий, В. Е., Корнеева, И. В. Современный маркетинг : Настольная книга по исследованию рынка / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. – 3-е изд. : Финансы и статистика, 2005. – 560 с.
57. Черчилль, Г. А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль – СПб. : Питер, 2015. – 752 с.
58. Анализ рынка сбыта. Стратегии маркетинга 2016-2017 гг : отчет предприятия ОАО «Світанак» ; рук. Ю. Б. Лукашевич. – Жодино : 2017. – 2 с.
59. Краткая характеристика ОАО «Світанак» : пособие предприятия ОАО «Світанак» ; рук. Ю. Б. Лукашевич. – Жодино : 2016. – 5 с.
60. Методика формирования цен : положение о формировании цены на предприятии ОАО «Світанак» ; рук. Ю. Б. Лукашевич. – Жодино : 2017. – 18 с.
61. Официальный сайт ОАО «Світанак» г. Жодино [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.svitanak.by/>. – Дата доступа: 03.03.2018.
62. Положение об отделе маркетинга и дизайна : положение об отделе маркетинга и дизайна на предприятии ОАО «Світанак» ; рук. Ю. Б. Лукашевич. – Жодино : 2017. – 2 с.
63. Сравнительной оценки деятельности ОАО «Світанак» с основными конкурентами : Отчет по изучению основных конкурентов ОАО «Світанак» ; рук. Ю. Б. Лукашевич. – Жодино : 2017. – 5 с.
64. Технико-экономическим показателям : отчет по технико-экономическим показателям предприятия ОАО «Світанак» ; рук. Ю. Б. Лукашевич. – Жодино : 2017. – 15 с.
65. Товарный ассортимент 2017 г. : отчет по товарному ассортименту предприятия ОАО «Світанак» ; рук. Ю. Б. Лукашевич. – Жодино : 2017. – 10 с.