

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

НАЗАРЧУК

Иван Павлович

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

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Ж. П. Аникина

Допущен к защите
«___» _____ 2019 г.

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

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 80 с., 11 рис., 24 табл., 46 источников, 5 приложений.

МАРКЕТИНГ, ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цель работы: исследование и разработка путей совершенствования планирования маркетинговой деятельности в Ельском райпо.

Объект исследования: маркетинговая деятельность.

Предмет исследования: планирование маркетинговой деятельности в Ельском райпо.

Методы исследования: анализ, синтез, классификация, индукция, дедукция.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов планирования маркетинговой деятельности проведен анализ на базе Ельского райпо и предложены пути совершенствования.

Элементы научной новизны: разработаны направления совершенствования планирования маркетинга в Ельском райпо.

Область возможного практического применения: практический маркетинг Ельского райпо.

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложений по совершенствованию планирования маркетинга в Ельском райпо позволит улучшить экономические показатели деятельности организации и укрепить позиции на 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: 80 с., 11 мал., 24 табл., 46 крыніц, 5 д.

МАРКЕТЫНГ, ПЛАНАВАННЕ МАРКЕТЫНГУ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ

Мэта работы: даследаванне і распрацоўка шляхоў удасканалення планавання маркетынгавай дзейнасці ў Ельскім райпо.

Аб'ект даследавання: маркетынгавая дзейнасць.

Прадмет даследавання: планаванне маркетынгавай дзейнасці ў Ельскім райпо.

Метады даследавання: аналіз, сінтэз, класіфікацыя, індукцыя, дэдукцыя.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў планавання маркетынгавай дзейнасці праведзены аналіз на базе Ельскага райпо і прапанаваны шляхі ўдасканалення.

Элементы навуковай навізны: распрацаваны напрамкі ўдасканалення планавання маркетынгу ў Ельскім райпо.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: практычны маркетынг Ельскага райпо.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: ўкараненне прапаноў па ўдасканаленні планавання маркетынгу ў Ельскім райпо дазволіць палепшыць эканамічныя паказчыкі дзейнасці арганізацыі і ўмацаваць пазіцыі на 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.

ABSTRACT

Thesis: 80 p., 11 fig., 24 tab., 46 sources, 5 app.

MARKETING, MARKETING PLANNING, MARKETING STRATEGY,
MARKETING ACTIVITIES

Purpose of the study: research and development of ways to improve the planning of marketing activities in the Elsk raypo.

Object of study: marketing activities.

Subject of research: planning marketing activities in the Elsk raypo.

Research methods: analysis, synthesis, classification, induction, deduction.

Research and development: on the basis of studying theoretical issues of planning marketing activities, an analysis was carried out on the basis of the Elsk raypo and suggested ways to improve it.

Elements of scientific novelty: directions for improving marketing planning in the Elsk raypo have been developed.

The area of possible practical application: practical marketing Elsk raypo.

Technical, economic, social significance: the introduction of proposals to improve marketing planning in Elsk raypo will improve the economic performance of the organization and strengthen its position in the 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. Акулич, И. Л. Маркетинг взаимоотношений : учеб.-метод. пособие / И. Л. Акулич. – Минск : Выш. шк., 2010. – 252 с.
2. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник для учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – 8-е изд., испр. и доп. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 543с.
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. – 6-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. – 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. – 471с.
6. Ассель, Г. Маркетинг : Принципы и стратегия : учеб. пособие / пер. с англ. М. З. Штернгарца. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 803 с.
7. Багиев, Г. Л. Маркетинг : учеб. пособие / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. – М. : Экономика, 2015. – 718 с.
8. Бараутдинова, Н. Г. Промышленный маркетинг : учеб. пособие для вузов / Н. Г. Бараутдинова, Д. С. Новиков, В. А. Саламашкин. – М. : Экономика, 2014. – 238 с.
9. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность : Организация и управление : учебник / Р. И. Бунеева. – Ростов н/Д : Феникс, 2013. – 365 с.
10. Бурцев, В. В. Совершенствование системы управления сбытом / В. В. Бурцев / Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – №6. – С. 24–32.
11. Витт, Ю. Управление сбытом / Ю. Витт ; пер. с нем. С. Т. Бугло. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 112 с.
12. Герчикова, И. Н. Маркетинг и международные экономические отношения / И. Н. Герчикова. – М. : Экономика, 2015. – 312 с.
13. Глубокий, С. В. Товаропроводящая сеть предприятия : эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С. В. Глубокий. – Минск : Изд-во Гревцова, 2015. – 376 с.
14. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Изд-во «Центр», 2015. – 688 с.
15. Голубева, М. А. Маркетинг взаимоотношений / М. А. Голубева. – Кострома : Костромской государственной университет, 2017. – 332 с.
16. Горфинкель, В. Я. Экономика организаций : учебник / В. Я. Горфинкель, В. А. Швандар. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 608 с.

17. Данилевич, А. А. Маркетинг предприятия отрасли / А. А. Данилевич. – Минск : БИП-С плюс, 2010. – 77 с.
18. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учеб. пособие для вузов / Т. П. Данько. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 334 с.
19. Демченко, Е. В. Маркетинг услуг : учеб. пособие для вузов / Е. В. Демченко. – Минск : БГЭУ, 2013. – 161 с.
20. Дойль, П. Маркетинг–менеджмент и стратегии : учеб. пособие / П. Дойль. – СПб. : Питер, 2015. – 544 с.
21. Дурович, А. П. Маркетинг : курс интенсивной подготовки: учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Современная школа, 2010. – 256 с.
22. Дурович, А. П. Маркетинговые коммуникации/ А. П. Дурович, Н. И. Гришко. – Минск : Современная школа, 2010. – 224 с.
23. Ильенкова, Н. Д. Спрос : Анализ и управление : учеб. пособие для вузов / Н. Д. Ильенкова ; под ред. И. К. Белявского. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 256 с.
24. Ильющенко, Е. В. Маркетинг на предприятии : учеб. пособие для вузов / Е. В. Ильющенко. – Минск : Экоперспектива, 2015. – 208 с.
25. Каверина, О. Д. Управленческий учет : системы, методы, процедуры. – М. : Финансы и статистика, 2016. – 352 с.
26. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг : учеб. пособие / О. И. Карпеко. – Минск : БГЭУ, 2015. – 415 с.
27. Ким, С. А. Маркетинг : учеб. пособие / С. А. Ким. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 204 с.
28. Коммерческая деятельность : практикум для аудиторных занятий / под ред. С. П. Гурской. – Гомель, БТЭУ ПК, 2013. – 148 с.
29. Коробейников, О. П. Экономика предприятия. Учебное пособие. / О. П. Коробейников, В. В. Ноздрин, Д. В. Хавин. – Нижний Новгород, 2013. – 242 с.
30. Котлер, Ф. Основы маркетинга : учеб. пособие / Ф. Котлер. – М. : Ростинтэр, 2013. – 704 с.
31. Крылова, Г. Д. Менеджмент / Г. Д. Крылова. – М. : Прогресс, 2015. – 359 с.
32. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Б. Л. Багиев, Н. П. Кетова. – СПб. : Астерион, 2016. – 340 с.
33. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. – 8-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 448 с.
34. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/>. – Дата доступа: 15.04.2019.

35. Основы маркетинга : учеб. пособие / под ред. Ф. Котлера, Г. Армстронга. – М. : ИД «Вильямс», 2013. – 1056 с.
36. Основы маркетинга : учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений / Н. И. Гавриленко. – М. : Издательский центр «Академия», 2016. – 320 с.
37. Паламарчук, А. С. Экономика предприятия : учебник / А. С. Паламарчук. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 458с.
38. Панкрухин, А. П. Маркетинг. учеб. пособие / А. П. Панкрухин. – М. : Омега–Л, 2016. – 656 с.
39. Суша, Г. З. Экономика предприятия / Г. З. Суша. – Минск : ООО «Новое знание», 2016. – 384 с.
40. Управление финансами. Финансы предприятий : учебник / А. А. Володина. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 510с.
41. Уткин, Э. А. Маркетинг : учеб. / Э. А. Уткин. – М. : Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Изд-во ЭКМОС, 2016. – 483 с.
42. Шеремет, А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия / А. Д. Шеремет – М. : Инфра-М, 2011. – 370 с.
43. Шилков, В. И. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / В. И. Шилков. – М. : Форум, 2015. – 304 с.
44. Экономика и управление организацией (предприятием) : учебное пособие / И. П. Воробьев, Е. И. Сидорова, А. Т. Глаз. – Минск : Квилория В. Т., 2017. – 371 с.
45. Экономика предприятия : учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева [и др.] ; под общ. ред. Л. Н. Нехорошевой. – 3-е изд. – Минск : Выш. шк., 2015. – 383 с.
46. Экономика предприятия : учеб. / под ред. А. Е. Карлика, М. Л. Шухгальтера. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 432 с.
47. Экономика предприятия : учеб. пособие / В. П. Волков [и др.] ; под общ. ред. А. И. Ильина, В. П. Волкова. – М. : Новое знание, 2016. – 677 с.
48. Экономика предприятия : учебник / под ред. В. Я. Горфинкеля. – М. : ЮНИТИ, 2013. – 663с.
49. Экономика предприятия : учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. – Москва : КУРС : Инфра–М, 2017. – 445 с.
50. Экономика организации : учебное пособие / Л. Н. Чечевицына, Е. В. Хачадурова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2016. – 382 с.