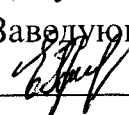


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
"ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Кафедра маркетинга и международного
менеджмента


Допущено к защите
Заведующий кафедрой
 Е.А. Гречишкина
13.06. 2022

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

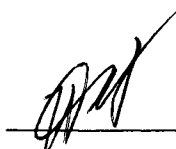
**Совершенствование комплекса маркетинговых коммуникаций
предприятия (на материалах ОАО "Пинский мясокомбинат")**

Студент
МПП, 4 курс, гр.18МПП-1


(подпись)

Бута Анна Александровна
02.06. 2022

Научный руководитель
к.т.н., доцент


(подпись)

Копытoвских Александр
Владимирович

02.06. 2022

ПИНСК 2022

35
13.06.2022

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 77 страниц, 27 таблиц, 11 рисунка, 50 источников, 6 приложений.

КОММУНИКАЦИИ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ, КОММУНИКАТИВНАЯ ПОЛИТИКА,
КОММУНИКАТИВНЫЙ ПИАР, РЕКЛАМА, ПРЕДПРИЯТИЕ.

Объектом исследований являются пути совершенствования комплекса маркетинговых коммуникаций ОАО «Пинский мясокомбинат».

Предметом исследований является комплекс маркетинговых коммуникаций ОАО «Пинский мясокомбинат».

Цель работы – проанализировать комплекс маркетинговых коммуникаций ОАО «Пинский мясокомбинат», а также разработать предложения по его улучшению.

При выполнении работы использованы методы: аналитический, анализа и синтеза, методы сравнения, индексный, балансовый, корреляционный и регрессионный анализ, SWOT-анализ.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки: изучены теоретические использования маркетинга в деятельности предприятия; проанализирована эффективность деятельности ОАО «Пинский мясокомбинат»; разработаны пути совершенствования маркетинговой деятельности ОАО «Пинский мясокомбинат».

Областью возможного практического применения разработанных мероприятий является маркетинговая деятельность ОАО «Пинский мясокомбинат».

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.



(подпись)

ABSTRACT

Thesis: 77 pages, 27 tables, 11 figures, 50 sources, 6 applications.

COMMUNICATIONS, MARKETING COMMUNICATIONS SYSTEM,
COMMUNICATION POLICY, COMMUNICATION PR, ADVERTISING.

The object of research is JSC Pinsky Meat Processing Plant.

The subject of research is the ways to improve complex of marketing communications of JSC Pinsky Meat Processing Plant.

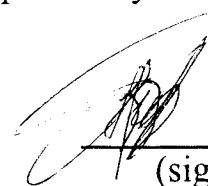
The purpose of the work is to analyze the complex of marketing communications of JSC Pinsky Meat Processing Plant, as well as to develop proposals for its improvement.

When performing the work, the following methods were used: analytical, analysis and synthesis, comparison methods, index, balance, correlation and regression analysis, SWOT analysis.

In the course of the work, the following research and development was carried out: the theoretical uses of marketing in the company's activities were studied; the effectiveness of the activities of JSC Pinsky Meat Processing Plant was analyzed; ways to improve the marketing activities of JSC Pinsky Meat Processing Plant were developed.

The area of possible practical application is the marketing activities of JSC Pinsky Meat Processing Plant.

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



(signature)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	7
1.1. Сущность, структура и система маркетинговых коммуникаций предприятий промышленности.....	7
1.2. Этапы планирования маркетинговых коммуникаций предприятий промышленности.....	12
1.3. Методы оценки эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций предприятий промышленности	15
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ОАО “ПИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ”	20
2.1. Организационно-управленческая характеристика ОАО “Пинский мясокомбинат”.....	20
2.2. Анализ финансово-экономической деятельности ОАО “Пинский мясокомбинат”.....	24
2.3. Анализ маркетинговых коммуникаций ОАО “Пинский мясокомбинат”.....	31
ГЛАВА 3 НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ОАО “ПИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ”	54
3.1. Разработка мероприятий по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций.....	54
3.2. Расчёт экономической эффективности предложенных мероприятий.....	67
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	77
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ	80
ПРИЛОЖЕНИЕ	85

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич М. В. Социальная коммерция: расширение диапазона возможностей в кризисной ситуации / Маргарита Акулич, Сергей Глубокий // Маркетинг: идеи и технологии. - 2020. – № 5. – С. 4–9.
2. Акулич, М. В. Управление товарными категориями в рознице / Маргарита Акулич // Маркетинг: идеи и технологии. – 2019. – № 10. – С. 50–59.
3. Александрова, Л. Ю. Роль маркетинговой логистики в организации конкурентоспособной системы сбыта предприятия / Л. Ю. Александрова // Вестник Российского университета кооперации. – 2021. – № 1(43). – С. 4-9.
4. Аниськович, А. Проблемы сбытовых коммуникаций: выявление и решение / Алина Аниськович // Маркетинг: идеи и технологии. - 2020. – № 7. – С. 37–40.
5. Алябьева, М.В. Экономический и маркетинговый анализ в системе обеспечения экономической безопасности предприятия и его совершенствование: Монография / М.В. Алябьева, В.Г. Владимирова. - М.: Русайнс, 2018. - 336 с.
6. Андрейчиков, А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике: Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: КД Либроком, 2018. - 248 с.
7. Беквит, Г. Четыре ключа к маркетингу услуг / Г. Беквит. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 252 с.
8. Бекетова, О. Н. Экономическое обоснование стратегии оптимизации системы сбыта предприятия / О. Н. Бекетова, Ф. С. Жулев // Горизонты экономики. – 2021. – № 6(65). – С. 13-18.
9. Бельчина, Е.М. Маркетинг и ценообразование: ценообразование : ЭУМК учебной дисциплине "Маркетинг и ценообразование" для специальностей (направления специальности) 1-74 01 01 Экономика и организация производства в отраслях агропромышленного комплекса и 1-26 02 02 «Менеджмент» (направление 1-26 02 02-07 «Информационный менеджмент»). - Минск : БГАТУ, 2017
10. Бабук, И.М. Экономика промышленного предприятия: Учебное пособие / И.М. Бабук, Т.А. Сахнович. - М.: Инфра-М, 2018. - 432 с.
11. Гуца, П.В. Управление сбытом : курс лекций для студентов экономических специальностей / П.В. Гуца. – Пинск : ПолесГУ, 2021. – 110 с.
12. Глушаков, В. Е. Наступательные маркетинговые стратегии: вверх, вширь и вглубь! / Владимир Глушаков // Маркетинг: идеи и технологии. - 2019. – № 10. – С. 22–24.

13. Дайнин, А. Как представить и продать новый продукт с ограниченным бюджетом / Аарон Дайнин ; перевод: Иван Ковалёв // *Маркетинг: идеи и технологии*. - 2021. - № 1. - С. 44–46.

14. Денисенко, И. А. Роль оценки эффективности сбытовой маркетинговой стратегии в системе устойчивого развития предприятия / И. А. Денисенко, А. А. Пономарев // *Сборник научных работ серии "Государственное управление"*. - 2019. - № 15. - С. 172-182.

15. Дронов, И. А. Товарная стратегия развития предприятия / И. А. Дронов // *Современные научные исследования и разработки*. - 2017. - № 9(17). - С. 572-573.

16. Дубровин И.А. Поведение потребителей: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. 312 с.

17. Девяткин, О.В. Экономика предприятия (организации, фирмы): Учебник / О.В. Девяткин, Л.Г. Паштова, Н.Б. Акуленко. - М.: Инфра-М, 2018. - 848 с.

18. Еловая, Е. М. Маркетинговая стратегия компании в кризисный период: как стать уникальным / Елена Еловая // *Маркетинг: идеи и технологии*. - 2020. - № 8. - С. 4–7.

19. Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018. С. 122.

20. Зиннуров У.Г. Стратегическое маркетинговое планирование и управление на предприятии: учеб. пособие. М.: Изд-во МАИ, 2018. С. 34.

21. Загорская, Л. М. Маркетинг услуг: учеб. пособие / Л. М. Загорская, В. А. Назаркина. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2017. - 130 с.

22. Карасев А.П. Управление маркетингом: учебное пособие / А.П. Карасев. - Ярославль: ООО "ПКФ "СОЮЗ-ПРЕСС", 2021 - 148 с.

23. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. - М.: Диалектика, 2019. - 496 с.

24. Любецкий, П. Анализ динамики белорусского экспорта мяса и мясопродуктов / П. Любецкий, Е. Колеснева // *Организационно-правовые аспекты инновационного развития агробизнеса*. - 2018. - № 15. - С. 35-40.

25. Любецкий, П. Б. Механизм формирования и реализации маркетинговой стратегии мясоперерабатывающих предприятий / П. Б. Любецкий. - Горки : Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, 2018. - 288 с.

26. Маркетинговые коммуникации в деятельности промышленного предприятия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://studbooks.net/62464/marketing/marketingovye_kommunikatsii_v_deyatelnosti_promyshlennogo_predpriyatiya. - Дата доступа: 07.04.2022

27. Можджер, В. В. Стратегия продвижения продукции в системе сбытовых коммуникаций / В. В. Можджер / Сацьяльна-эканамічныя і правыя даследаванні. - 2019. – № 4. – С. 166–172.

28. Маркетинг : учеб. пособие / Ю. Ю. Сулова, Е. В. Щербенко. О. С. Веремеенко, О. Г. Алёшина. - Красноярск : Сиб. федеруб. ун-т, 2018. - 380 с.

29. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности "Индивидуальная бухгалтерская отчетность" [Электронный ресурс] : постановление Мин. фин. Респ. Беларусь, 12 дек. 2016 г., № 104 // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: https://minfin.gov.by/upload/accounting/acts/postmf_121216_104.pdf. – Дата доступа: 22.03.2022.

30. Основы маркетинга: Практикум / Под ред. Дайитбегова Д.М., Синяевой И.М.. - М.: Вузовский учебник, 2018. - 318 с.

31. Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/812772/marketing/otsenka_effektivnosti_kompleksa_marketingovyh_kommunikatsiy. – Дата доступа: 29.04.2022

32. Пинчук, Д.А. Система сбыта на предприятии и пути ее совершенствования / Д.А. Пинчук // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сборник научных статей XII Международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики, Пинск, 29 октября 2021 г. : в 2 ч. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В.И. Дунай [и др.] – Пинск : ПолесГУ, 2021. – Ч. 2. – С. 165-168.

33. Павочка, П. Товарная политика предприятия в условиях инновационного развития экономики / П. Павочка, П. В. Гуца // Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи : збірник наукових праць: [матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Ніжин, 12 квітня 2019 руб.] / Ніжинський агротехнічний інститут; наук.ред. В.С. Лукач. - Ніжин, 2019. - С. 188-190.

34. Побяржина, Т. П. Тенденции развития мясоперерабатывающей отрасли в Республике Беларусь / Т. П. Побяржина, В. Ю. Морозова // Право. Экономика. Психология. – 2019. – № 2(14). – С. 45-51.

35. Прибытко, В. Реализация мясной продукции в Россию по поддельным документам / Виталий Прибытко // Индивидуальный предприниматель. - 2020. – № 8. – С. 38–41.

36. Спешилова, Н. В. Выбор стратегии управления сбытом продукции малым предприятием сельскохозяйственного региона в условиях цифровизации / Н. В. Спешилова // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 1(126). – С. 776-779.

37. Страмова, А. Д. Управление эффективностью деятельности организации в условиях высокой конкуренции / А. Д. Страмова // Социальные науки. – 2020. – № 1(28). – С. 56-64.

38. Стратегия развития экономики Беларуси : вызовы, инструменты реализации и перспективы : сборник научных статей. В 2 т. Т. 2 / Национальная академия наук Беларуси, Институт экономики НАН Беларуси; ред.кол.: В.Л. Гурский [и друг.]. – Минск : Право и экономика, 2020 – 532 с.

39. Сухов, В.Д. Основы маркетинга: Практикум / В.Д. Сухов. - М.: Academia, 2017. - 192 с.

40. Структура системы маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.ru/872834/marketing/struktura_sistemy_marketingovyh_kommunikatsiy. – Дата доступа: 11.04.2022

41. Секерин, В.Д. Основы маркетинга / В.Д. Секерин. - М.: КноРус, 2018. – 288 с.

42. Тананыкина, Я.Г. ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ВИДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В МАРКЕТИНГОВОМ ТРЕУГОЛЬНИКЕ / Я.Г. Тананыкина, О.Г. Назарова. - Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. № 5-2.

43. Умавов, Ю.Д. Основы маркетинга (для бакалавров) / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова. - М.: КноРус, 2019. - 384 с.

44. Чайников, В.В. Экономика предприятия (организации). Учебное пособие / В.В. Чайников, Д.Г. Лапин. - М.: Юнити, 2017. - 448 с.

45. Шпорко, О.С. Сбытовая политика предприятия в современных условиях / О.С. Шпорко // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: материалы XII международной молодежной научно–практической конференции, УО "Полесский государственный университет", г. Пинск, 6 апреля 2018 г. Ч.2 / Министерство образования Республики Беларусь [и друг.]; редкол.: К.К. Шебеко [и друг.]. – Пинск: ПолесГУ, 2018. – С. 72-73.

46. Шукюрова, А. А. Формирование и разработка сбытовой стратегии сельскохозяйственных предприятий / А. А. Шукюрова // Экономико-правовые перспективы развития общества, государства и потребительской кооперации : сборник научных статей III международной научно-практической интернет-конференции, Гомель, 31 марта 2021 года. – Гомель: Учреждение образования "Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации", 2021. – С. 240-243.

47. Янучек, Д.Д. Совершенствование ассортимента в товарной политике организации / Д.Д. Янучек // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси : материалы XIII международной молодежной научно-практической конференции, Пинск, 5 апреля 2019 г. : в 3-х ч. / Министерство образования

Республики Беларусь [и друб.] ; редкол.: К.К. Шебеко [и друб.]. – Пинск : ПолесГУ, 2019. – Ч. 2. – С. 199-200.

48. Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности “Индивидуальная бухгалтерская отчетность” [Электронный ресурс] : постановление Мин. фин. Респ. Беларусь, 12 дек. 2016 г., № 104 // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: https://minfin.gov.by/upload/accounting/acts/postmf_121216_104.pdf. – Дата доступа: 22.03.2022.

49. Основные направления товарной политики предприятия при реализации маркетинговой стратегии предприятия / А. А. Каньшина, И. Ф. Чепурова, А. В. Гладышева, Е. В. Зобова // Научный потенциал XXI века : материалы Международной (заочной) научно-практической конференции, Нур-Султан, 14 июня 2019 года. – Нур-Султан: Научно-издательский центр “Мир науки” (ИП Вострецов Александр Ильич), 2019. – С. 108-117.

50. Основы маркетинга: Практикум / Под ред. Дайитбегова Д.М., Синяевой И.М.. - М.: Вузовский учебник, 2018. - 318 с.