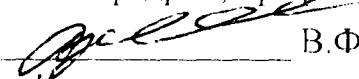


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор


В.Ф. Володько
«14» июня 2022 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**ОПТИМИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «ТЕХНОБАНК»)**

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление: 1-26 02 02-03 Менеджмент (производственный)

Студент-дипломник, гр. 10801218  В.А. Лыкасов

Руководитель, ст. преподаватель  Н.Г. Аснович

Консультант, ст. преподаватель  Н.Г. Аснович

Консультант по технологической
части, к.п.н., доцент  О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель  М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 100 страниц;

графическая часть – 8 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2022

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 100 стр., 7 рисунков и схем, 16 таблиц,
25 использованных источников

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ВИДЫ СТРАТЕГИЙ, ОПТИМИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ, ПРЕИМУЩЕСТВА СТРАТЕГИЙ

Цель дипломной работы – раскрыть понятие маркетинговой стратегии, её оптимизации, рассмотреть виды маркетинговой стратегии, и провести анализ финансово - хозяйственной деятельности.

Объект исследования – ОАО «Технобанк».

Предмет исследования – маркетинговая стратегия банка.

Методы исследования: анализ и хозяйственная деятельность предприятия, на базе которого с помощью аналитических методов проводятся расчеты основных показателей эффективности его функционирования.

Задачи дипломного исследования:

1. Изучить теоретические основы маркетинговых стратегий в компании.
2. Выполнить анализ основных экономических показателей компании и маркетинговой деятельности.
3. Разработать пути совершенствования маркетинговой стратегии для исследуемой компании и экономически обосновать предложенные пути.

Научная новизна состоит в разработке путей совершенствования маркетинговой стратегии. Это позволяет улучшать эффективность деятельности и всей системы в целом, как результат, получать экономическую выгоду.

Приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал отражает состояние объекта исследования, весь материал из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.


(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Балашова, Е. Банковские бренды глазами потребителей / Е. Балашова // Банковское дело. – 2006. – № 9. – С. 30-32.
2. Викулов, В. Маркетинг банковских продуктов на основе сегментационных моделей / В. Викулов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1(45). – С. 131-137.
3. Владиславлев, Д.Н. Энциклопедия банковского маркетинга / Д.Н. Владиславлев. – М.: Ось-89, 2006. – 25
4. Воронов, А. Динамика, факторы, тенденции и новые инструменты развития в банковском секторе / А. Воронов, М. Рачков // Маркетинг. – 2004. – №6 (79). – С. 98-103.
5. Галачиева, С. Рыночная сегментация банковских услуг / С. Галачиева, С. Махошева // Маркетинг. – 2006. – №2 (87). – С. 71-77
6. Гаврилов, Д.А. Оценка эффективности банковской рекламы / Д.А. Гаврилов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №4 (54). – С. 130-135.
7. Дружинин, А.И. Взаимодействие планирования и маркетинга в управлении банками / А.И. Дружинин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. -- №5 (55). – С. 76-78.
8. Коробова, Г.Г. Банковское дело / Г.Г. Коробова. – М.: Экономистъ, 2005. – 751 с.
9. Лосев, С.В. Управление отношениями с клиентами / С.В. Лосев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 1(51). – С. 42-47.
10. Максютлов, А.А. Банковский менеджмент / А.А. Максютлов. – М.: «Альфа-Пресс», 2005. – 368 с.
11. Кротова, Н.В. Управление персоналом: учебник / Н.В. Кротова, Е.В. Клепперс. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 320 с.
12. Петрович, М.В. Управление персоналом : учеб. пособие / М.В. Петрович. – Минск :Амалфея, 2013. – 512 с.
13. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г.В. Савицкая; 2-е изд. – Минск: РИПО, 2012. – 367 с.
14. Минина, Т.И. Электронные банковские услуги / Т.И. Минина // Банковские услуги. – 2002. – № 7. – С. 13-17.
15. Никонова, И. Стратегия и стоимость коммерческого банка / И. Никонова, Р. Шамгунов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 284 с.
16. Попова, Ж.Г. Психологические аспекты формирования благоприятного имиджа банка / Ж.Г. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – №5 (43). -- С. 68-71.

17. Пирцхалаишвили, К.З. Программы лояльности в банковском секторе / К.З. Пирцхалаишвили, Д.П. Ромашенко // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – №5(65). – С. 472-478.
18. Семова, Т.Б. Хорошо ли клиенту? / Т.Б. Семова // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2005. – № 4(58). – С. 47-55.
19. Сагинова, О. Маркетинговое управление корпоративной репутацией коммерческого банка / О. Сагинова, И. Скоробогатых, В. Гафт // Маркетинг. – 2006. – №5 (90). – С. 52-6.
20. Травин, В.В. Менеджмент персонала предприятия/ В.В. Травин, В.А. Дятлов. – М.: Дело, 2016. – 325 с.
21. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А. Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 208 с.
22. Яскевич, Е.В. Банковский маркетинг / Е.В. Яскевич. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2002. – 328 с
23. Отчет о прибылях и убытках ОДО «ОАО» за 2019-2021 годы. Отчет о прибылях и убытках ОДО «ОАО» за 2019-2021 годы.
24. Бухгалтерские балансы ОАО «Технобанк» за 2019-2021 годы.
25. Устав ОАО «Технобанк».