


**БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ машиностроительный  
КАФЕДРА «Инженерная экономика»**

**ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ**

**Зав. кафедрой**

 **Т.А. Сахнович**

**«16» 08 2023 г.**

**РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА**

**«Развитие маркетинговой стратегии**

**ОАО «УКХ «Белкоммунмаш»**

**Специальность 1-27 01 01 «Экономика и организация производства»**

**Направление 1-27 01 01-08 «Экономика и организация производства  
(приборостроение)»**

**Обучающийся  
группы 10302219**



**А.А. Бочкова**

**Руководитель**



**А.И. Гурко  
к.т.н., доцент**

**Консультант**



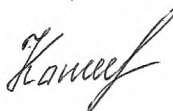
**А.И. Гурко  
к.т.н., доцент**

**Консультант по инженерно-  
технологическому разделу**



**Д.В. Балохонов  
к.т.н., доцент**

**Консультант  
по охране труда**



**Т.П. Кот  
к.т.н., доцент**

**Ответственный  
за нормоконтроль**



**О.А. Лавренова  
ст. преподаватель**

**Объем проекта:**

**Пояснительная записка**

**страниц**

**Графическая часть**

**листов**

**Минск 2023**

## РЕФЕРАТ

Дипломный проект 111 с., 34 рис., 47 табл., 17 источников, 4 прил.

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ, СИСТЕМА СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ, РЫНОЧНЫЙ СПРОС, АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД, ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ.**

Тема дипломного проекта направлена на разработку методов и средств создания маркетинговых стратегий промышленных предприятий на основе системы сбалансированных показателей. Тема является практически значимой и актуальной.

Объектом исследования дипломного проекта является система стратегического маркетинга ОАО «УКХ «Белкоммунмаш» (далее – ОАО «УКХ «БКМ»).

Цель данного проекта – разработать мероприятия по совершенствованию маркетинговой стратегии ОАО «УКХ «БКМ».

В процессе работы выполнены следующие исследования: проведен анализ системы стратегического маркетинга, определены её цель, состав, структура, функционирование, взаимодействие с надсистемой и внешней средой; выявлены существенные свойства, которыми должна обладать система, на основе проведённого анализа выделены показатели оценки эффективности системы стратегического маркетинга предприятия; проведена оценка фактического состояния системы на ОАО «УКХ «БКМ».

В ходе дипломного проектирования прошли мероприятия, которые предусматривают совершенствования маркетинговой стратегии за счёт проведения совершенствования организационной структуры, внедрения CRM системы и повышения информированности потенциальных покупателей о возможностях ОАО «УКХ «БКМ».

Результатом проекта являются разработанные мероприятия для ОАО «УКХ «БКМ» по совершенствованию маркетинговой стратегии.

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломном проекте расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (объекта), все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на авторов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абдурахманов, Ш. Р. Основные особенности современных маркетинговых стратегий // Матрица научного познания. 2019. № 5. С. 64-70.
2. Адаменкова, С.И., Евменчик, О.С. Анализ хозяйственной и финансовой деятельности предприятия: учеб. метод. пособие.- Минск: Элайда, 2011. – 352 с.
3. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Под общей ред. Л. Л. Ермолович. – Мн.: современная школа, 2010. – 800 с.
4. Бабук, И. М. Экономика промышленного предприятия: учебное пособие для студентов вузов по техническим специальностям / Бабук И. М., Сахнович Т. А. – Минск: Новое знание, М.: ИНФРА-М, 2013. – 438 с.
5. Беспалько, В. А. Современные подходы к реализации и анализу эффективности маркетинговой стратегии. / В.А. Беспалько, Н.В. Вахрушева, К.С. Савина // Экономика устойчивого развития. 2019. № 1 (37). С. 265-269.
6. Генеральный план предприятия и основные принципы его работы [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://studfile.net/preview/3003379/page:26/#:~:text=Генеральным%20планом%20предприятия%20называется%20проектируемое,местности%20и%20требованиям%20благоустройства%20территории>.
7. Гурко, А.И. Менеджмент. Курс лекций в 2-х томах. Т.1. – Минск: Колорград, 2021. – 477 с. У.п.л. 27,8, у.и.л. 12,0
8. Гурко, А.И. Менеджмент. Курс лекций в 2-х томах. Т.2. – Минск: Колорград, 2021. – 487 с. У.п.л. 28,4, у.и.л. 13,5
9. Гурко, А. И. Экономико-математические методы и модели. Пособие для студентов и магистрантов, обучающихся по спец. направления образования «Экономика и организация производства». – Минск: БНТУ, 2021.
10. Инженерная экономика [Электронный ресурс]: сборник материалов 79-й студенческой научно-технической конференции, секция «Инженерная экономика», 26-28 апреля / БНТУ, МСФ; редкол.: Т.А. Сахнович (пред. редкол.) [и др.]; сост.: О.А. Лавренова, Т.И. Серченя. – Минск, БНТУ, 2023. – Деп. в БНТУ, 2023. – 06.06.2023, № ДЕРВНТУ-2023-138.
11. Каплан, Р., Нортон, Д. Сбалансированная система показателей. – М.: «Олимп-Бизнес», 2003.
12. Куневич, О. В. Маркетинг. Пособие для студ. экон. спец. – Минск: БНТУ, 2022.
13. ОАО «УКХ «БКМ» [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://holdingbkm.com>.
14. Основы научных исследований и инновационной деятельности [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/23517/Основы%20научных%20исследований%20и%20инновационной%20деятельности.pdf?sequence=1>.
15. Сачко, Н. С., Бабук И. М. Планирование и организация машиностроительного производства. Курсовое проектирование. Учебное пособие / Н. С. Сачко, И. М. Бабук. – М.: Инфра-М РИОР, 2017. – 240 с.
16. Уолкер-мл., О. Маркетинговая стратегия. Курс МВА / О. Уолкер-мл., Х. Бойд-мл., Ж.-К. Ларше. – М.: Вершина, 2006. – 496 с.
17. Шалыгина, Н.П., Селюков М.В., Шатохина Е.А. РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ // деятельности [Электронный ресурс]. Режим доступа – <https://science-education.ru/ru/article/view?id=6855>