

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой профессор

В.Ф.Володько


подпись

« 14 » 06 2018 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «СТАЛЬНЫЕ ЗДАНИЯ»)

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

Направление 1-26-02-02-05 Менеджмент (международный)

Студент 10801114
группы


подпись С.Д. Реут

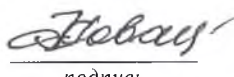
Руководитель
(к.и.н., доцент)


подпись Е.Г. Богданович

Консультанты:
по управленческой и
по экономической части
(к.и.н., доцент)


подпись Е.Г. Богданович

по технологической части
(к.п.н., доцент)


подпись О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль
(ст.преподаватель)


подпись И.В. Унукович

Объем работы:
дипломная работа – 92 страниц;
графическая часть – 8 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 92 стр., 29 рисунков и схем, 17 таблиц,
41 использованный источник

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Цель дипломной работы - разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии предприятия ООО «Стальные Здания».

Объект дипломного исследования: ООО «Стальные Здания» – официальный дилер Astron, Normann и Kingspan в Беларуси.

Задачи дипломного исследования:

1. Раскрыть теоретические основы маркетинговой стратегии как фактора повышения конкурентоспособности предприятия;
2. Проанализировать настоящую маркетинговую стратегию по продвижению продукции на рынок предприятия ООО «Стальные Здания»;
3. Разработать программу совершенствования маркетинговой стратегии;
4. Предложить технологию реализации предлагаемых мероприятий.

При проведении исследования использовались методы проведения маркетинговых исследований и инструменты стратегического анализа.

Элементами новизны полученных результатов является осуществление маркетинговой стратегии посредством внедрения интернет-маркетинга и совершенствования официального веб-сайта компании. Организация данных мероприятий позволит ООО «Стальные Здания» существенно увеличить конкурентоспособность и финансовую устойчивость.

Область возможного практического применения результатов – ООО «Стальные Здания».

Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аакер, Д.А. Бизнес-стратегия. От изучения рыночной среды до выработки беспроектных решений / Д.А. Аакер. – Минск.: Асар, 2012. – 320 с.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг: Учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск.: Выш. шк., 2009. – 482 с.
3. Амблер, Т.А. Маркетинг и финансовый результат. Новые метрики богатства корпорации: Учебное пособие / Т.А. Амблер. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 248 с.
4. Армстронг, Г.С. Основы маркетинга: Учебное пособие / Г.С. Армстронг. – М.: Вильямс, 2017. – 752 с.
5. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 285 с.
6. Бест, Р.Д. Маркетинг от потребителя: Учебник / Р.Д. Бест; пер. с англ. – 1-е изд. – Иванов и Фербер, 2017. – 696 с.
7. Бухгалтерский баланс ООО «Стальные Здания» на 31 декабря 2015 г.
8. Бухгалтерский баланс ООО «Стальные Здания» на 31 декабря 2016 г.
9. Бухгалтерский баланс ООО «Стальные Здания» на 31 декабря 2017 г.
10. Володько, В.Ф. Международный менеджмент. Учебное пособие / В.Ф. Володько; БНТУ. – Минск.: Амалфея, 2009. – 265 с.
11. Герчиков, В.И. Управление персоналом: учебное пособие / В.И. Герчиков. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 282 с.
12. Друкер, П.Ф. Бизнес и инновации: Учебник / П.Ф. Друкер; пер. с англ. – 1-е изд. – Эксмо, 2017. – 432 с.
13. Друкер, П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Учебник / П.Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2017. – 286 с.
14. Друкер, П.Ф. Менеджмент. Задачи, обязанности, практика: Учебное пособие / П.Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2012. – 992 с.
15. Друкер, П.Ф. Стратегическое управление бизнесом: Учебник / П.Ф. Друкер; пер. с англ. – 2-е изд. – Альпино Диджитал, 2016. – 566 с.
16. Друкер, П.Ф. Управление в обществе будущего: Учебник / П.Ф. Друкер; пер. с англ. – 3-е изд. – Питер, 2017. – 320 с.
17. Друкер, П.Ф. Энциклопедия менеджмента: Учебное пособие / П.Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2015. – 432 с.
18. Друкер, П.Ф. Эффективное управление предприятием: Учебное пособие / П.Ф. Друкер. – М.: Альпино Диджитал, 2015. – 224 с.

19. Друкер, П.Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальное решение: Учебник / П.Ф. Друкер; пер. с англ. – 1-е изд. – Фаир-Пресс, 2017. – 288 с.
20. Ивашкова, Н.И. Управление маркетингом: Учебное пособие / Н.И. Ивашкова. – М.: Форум-НМ, 2010. – 176 с.
21. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности «Маркетинг» / О. И. Карпеко. – Минск.: БГЭУ, 2010. – 414 с.
22. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. – 14-е изд. – Питер, 2014. – 800 с.
23. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я / Ф. Котлер; пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Вильямс, 2015. – 210 с.
24. Ламбден, Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг: Учебное пособие / Ж.Ж. Ламбден. – М.: Питер, 2010. – 800 с.
25. Ламбден, Ж.Ж. Стратегический маркетинг / Ж.Ж. Ламбден; пер. с англ. – 2-е изд. – Наука, 2011. – 590 с.
26. Липатов, В.С. Управление персоналом предприятий и организаций / В.С. Липатов. – М.: Люкс, 2006. – 232 с.
27. Малкольм, И.М. Брендинг. Как создать мощный бренд: Учебное пособие / И.М. Малкольм. – М.: Юнити Дата, 2013. – 566 с.
28. Малкольм, И.М. Планы маркетинга. Как их составлять и использовать: Учебное пособие / И.М. Малкольм; пер. с англ. – 3-е изд. – Технология, 2012. – 656 с.
29. Малкольм, И.М. Сегментирование рынка: Учебное пособие / И.М. Малкольм; пер. с англ. – 6-е изд. – Эксмо, 2014. – 448 с.
30. Малкольм, И.М. Стратегическое планирование: Учебник / И.М. Малкольм; пер. с англ. – 2-е изд. – Питер, 2012. – 270 с.
31. Малкольм, И.М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по маркетинговому планированию: Учебное пособие / И.М. Малкольм. – М.: Дело и Сервис, 2011. – 288 с.
32. Манн, И. Интернет-маркетинг на 100%: Учебник / И. Манн – Питер, 2015. – 240 с.
33. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Под ред. проф. В.А. Алексунина. – 3-е изд., – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 716 с.
34. Маркетинг: учебное пособие по направлению «Менеджмент» / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – М.: Инфра – М, 2010. – 420 с.

35. Огилви, Д.М. Огилви о рекламе – как создать эффективный информационный посыл для потребителя: Учебное пособие / Д.М. Огилви. – М.: Вильямс, 2017. – 225 с.
36. Отчет о прибылях и убытках ООО «Стальные Здания» за 2015-2017 годы.
37. Портер, М. Пять конкурентных сил, которые формируют стратегию / М. Портер; пер. с англ. – Harvard Business Review, 2008. – 86 с.
38. Положение об оплате труда работников ООО «Стальные Здания».
39. Производство валового внутреннего продукта // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2003. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/structura-valovogo-vnutrennego-produkta-po-vidam-ekonomicheskoi-deyatelnosti/statut.html>
40. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник / Р.А. Фатхутдинов; пер. с англ. – 4-е изд. – Эксмо, 2009. – 368 с.
41. Хершген, Х.И. Практический маркетинг: Учебник / Х.И. Хершген; пер. с англ. – 9-е изд. – ИнфаМ, 2015. – 256 с.