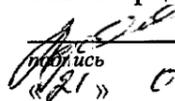


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ  
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой профессор

В.Ф.Володько

  
«21» 06 2019 г.

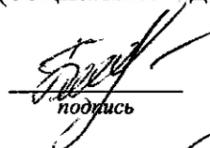
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ  
ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ЧПТУП «МИНСОФТ»)**

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

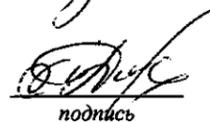
Специализация 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-административный)

Студент 30801114  
группы

  
подпись

К.Г. Бирюк

Руководитель  
(ст. преподаватель)

  
подпись

Т.В. Данильченко

Консультанты:  
по управленческой и  
по экономической части  
(ст. преподаватель)

  
подпись

Т.В. Данильченко

по технологической части  
(ст. преподаватель)

  
подпись

В.Ф. Морозов

Ответственный за нормоконтроль

  
подпись

А.В. Краюшкина

Объем работы:

дипломная работа – 82 страницы;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 82 стр., 13 рисунков и схем, 14 таблиц,  
40 использованных источников

### КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАРКЕТИНГ, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА, ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА, РЕТАРГЕТИНГ

*Цель* дипломной работы – разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии предприятия ЧПТУП «МиНСофт».

*Объект* дипломного исследования – предприятие по автоматизации учета ЧПТУП «МИНСОФТ»

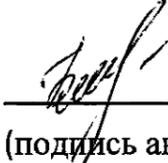
*Задачи* дипломного исследования:

1. Раскрыть теоретические основы маркетинговой стратегии с целью увеличения конкурентоспособности предприятия;
2. Проанализировать настоящую маркетинговую стратегию по продвижению продукции на рынок предприятия ЧПТУП «МиНСофт»;
3. Разработать программу совершенствования маркетинговой стратегии для ЧПТУП «МиНСофт»;
4. Предложить технологию внедрения программы по совершенствованию маркетинговой стратегии на предприятии ЧПТУП «МиНСофт»

При проведении исследования использовались матричные методы оценки конкурентоспособности, также был применен комплексный подход к определению позиции данного предприятия на сегменте рынка.

Элементом новизны полученных результатов является переориентация персонала предприятия на конкурентно-маркетинговый образ мышления, который активно влияет на повышение конкурентоспособности предприятия в целом.

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 беспроигрышных решений / Д.А. Аакер. – Минск: Асар, 2012. – 320 с.
2. Акулич. И.Л. Маркетинг: Учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Мн.: 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. Володько В.Ф. Международный менеджмент. Учебное пособие / В.Ф.Володько: БНТУ. - Минск: Амалфея, 2009. – 265 с.
8. Герчиков. Б.И. Управление персоналом: работник – самый эффективный ресурс компании: учебное пособие / В.И. Герчиков. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 282 с.
9. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации: Учебник / П.Ф. Друкер; пер. с англ. – 1-е изд. – Эксмо, 2017. – 432 с.
10. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Учебное пособие / П.Ф. Друкер. - М.: Вильямс, 2017. – 286 с.
11. Друкер П.Ф. Менеджмент. Задачи, обязанности, практика: Учебное пособие / П.Ф. Друкер. - М.: Вильямс, 2012. – 992 с.
12. Друкер П.Ф. Управление бизнесом: Учебник / П.Ф. Друкер; пер. с англ. – 2-е изд. – АльпиноДиджитал, 2016. – 566 с.
13. Друкер П.Ф. Управление в обществе будущего: Учебник / П.Ф. Друкер; пер. с англ. – 3-е изд. – Питер, 2017. – 320 с.
14. Друкер П.Ф. Энциклопедия менеджмента: Учебное пособие / П.Ф. Друкер. - М.: Вильямс, 2015. – 432 с.
15. Друкер П.Ф. Эффективное управление предприятием: Учебное пособие / П.Ф. Друкер. - М.: АльпиноДиджитал, 2015. – 224 с.
16. 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.
17. Ивашкова Н.И. Управление маркетингом: Учебное пособие / Н.И. Ивашкова. - М.: Форум-НМ, 2010. – 176 с.

18. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности "Маркетинг" / О. И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2010. – 414 с.
19. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. – 14-е изд. – Питер, 2014. – 800 с.
20. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я / Ф. Котлер; пер. с англ. – 7-е изд. – Москва, 2015. – 210 с.
21. Ламбден Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг: Учебное пособие / Ж.Ж. Ламбден. - М.: Питер, 2010. – 800 с.
22. Ламбден Ж.Ж. Стратегический маркетинг / Ж.Ж. Ламбден; пер. с англ. – 2-е изд. – Наука, 2011. – 590 с.
23. Липатов, В.С. Управление персоналом предприятий и организаций / В.С. Липатов. – М.: Люкс, 2006. – 232 с.
24. Малкольм И.М. Брендинг. Как создать мощный бренд: Учебное пособие / И.М. Малкольм. - М.: Юнити Дата, 2013. – 566 с.
25. 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.
26. Малкольм И.М. Сегментирование рынка: Учебное пособие / И.М. Малкольм; пер. с англ. – 6-е изд. – Эксмо, 2014. – 448 с.
27. Малкольм И.М. Стратегическое планирование маркетинга: Учебник / И.М. Малкольм; пер. с англ. – 2-е изд. – Питер, 2012. – 270 с.
28. Малкольм И.М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по маркетинговому планированию: Учебное пособие / И.М. Малкольм. - М.: Дело и Сервис, 2011. – 288 с.
29. Манн, И. Интернет-маркетинг на 100 %: Учебник / И. Манн – Питер, 2015. – 240 с.
30. 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.
31. Маркетинг: учебное пособие по направлению "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – Москва: Инфра - М, 2010. – 420 с.
32. Огилви Д.М. Огилви о рекламе: Учебное пособие / Д.М. Огилви. - М.: Вильямс, 2017. – 225 с.
33. Портер, М. Пять конкурентных сил, которые формируют стратегию / М. Портер; пер. с англ. – HarvardBusinessReview, 2008. – 86 с.
34. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник / Р.А. Фатхутдинов; пер. с англ. – 4-е изд. – Эксмо, 2009. – 368 с.

35. Хершген Х.И. Практический маркетинг: Учебник / Х.И. Хершген; пер. с англ. – 9-е изд. – ИнфаМ, 2015. – 256 с.
36. 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>
37. Бухгалтерский баланс ЧПТУП «МиНСофт» на 31 декабря 2016 г.
38. Бухгалтерский баланс ЧПТУП «МиНСофт» на 31 декабря 2017 г.
39. Бухгалтерский баланс ЧПТУП «МиНСофт» на 31 декабря 2018 г.
40. Отчет о прибылях и убытках Ч ПТУП «МиНСофт» за 2016-2018 годы.