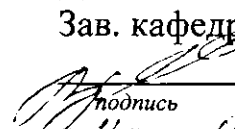


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ  
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, профессор

В.Ф.Володько

  
подпись « 11 » 06 2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

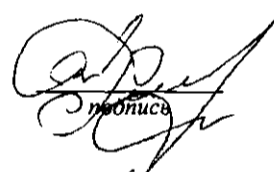
**«РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ МАЛОГО  
ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ  
ЗАО «СПОРТИВНЫЙ КЛУБ ЭЙС»)»**

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

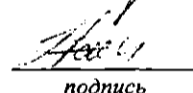
Специализация 1-26 02 02 - 02 01 Социальный менеджмент

Студент 30801215  
группы

  
подпись

А.Г. Крыжевич

Руководитель  
(ст. преподаватель)

  
подпись

Н.Г. Аснович

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

  
подпись

Н.Г. Аснович

по технологической части  
(ст. преподаватель)

  
подпись

В.Ф. Морозов

Ответственный за нормоконтроль

  
подпись

А.В. Краюшкина

Объем работы:

дипломная работа – 97 страниц;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 97 стр., 14 рисунков, 22 таблицы,  
30 использованных источника

### СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ЭФФЕКТ

Цель дипломной работы – изучить маркетинговую стратегию в ЗАО «Спортивный клуб Эйс».

Объектом исследования в данной работе является ЗАО «Спортивный клуб Эйс».

Предметом исследования является маркетинговая стратегия в ЗАО «Спортивный клуб Эйс».

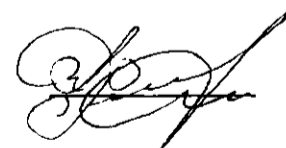
В соответствии с определенной целью в работе поставлены и решены следующие задачи:

- изучены теоретические аспекты формирования маркетинговой стратегии развития предприятия;
- проанализирована маркетинговая стратегия объекта исследования и существующий опыт в развитии конкурентов;
- выработана маркетинговая стратегия ЗАО «Спортивный клуб Эйс» и обоснована экономическая эффективность предложенных мероприятий;
- разработана технология реализации предлагаемой программы.

Элементами научной новизны полученных результатов является разработанные мероприятия по повышению маркетинговой стратегии предприятия.

Область возможного практического применения результатов исследования – ЗАО «Спортивный клуб Эйс» и аналогичные предприятия.

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



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – Минск: Высшая школа, 2011. – 480 с.
2. Бабук, И.М. Экономика предприятия: учеб. пособие / И.М. Бабук. – Минск: ИВЦ Минфина, 2009. – 327 с.
3. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом: учеб. пособие / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Еремина. – М: Академия, 2008. – 224 с.
4. Бандурка, А.М. Психология управления / А.М. Бандурка, С.П. Бочарова, Е.В. Землянская. – Харьков: Фортуна-Пресс, 2008. – 336 с.
5. Башев, Г.Л. Маркетинг: учебник / Г.Л. Башев. – М.: Экономика, 2009. – 249 с.
6. Белокрылова, О.С. Экономическая теория: учебник / О.С. Белокрылова – Р/н-Д.: Феникс, 2011. – 448 с.
7. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – М.: Кнорус, 2011. – 672 с.
8. Бун, Л. Современный маркетинг: учебник / Л. Бун, Д. Куртц. – М.: Юнити, 2013. – 265 с.
9. *Васильева, Л.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Л.С. Васильева, Е.М. Штейн, М.В. Петровская. – М.: Экзамен, 2010. – 319 с.*
10. *Володько, В.Л. Дипломная работа: методическое пособие. По специальностям «менеджмент» и «бухгалтерский учет, анализ и аудит». / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, кафедра менеджмента, 2018. – 71 с.*
11. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учеб. пособие / В.Ф. Володько. – Минск: АiВ, 2010. – 304 с.
12. Данько, Т.П. Управление маркетингом: учебник / Т.П. Данько. – М.: Инфра-М, 2009. – 363 с.
13. Дикарева, В.А. Основы современного маркетинга / В.А. Дикарева. – М.: Граница, 2011. – 170 с.
14. Ермолович, Л.Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Л.Л. Ермолович, О.В. Головач, Л.Г. Сивчик, И.В. Щитникова. – Минск: Современная школа, 2010. – 479 с.
15. Касперович, О. Хочешь работать – умей вертеться / О. Касперович // Белорусы и рынок. – 2012. – №19. – С. 4-5.
16. Кашкан, В. Маркетинговые исследования: виды, примеры. / В. Кашкан // Генеральный директор. – 2014. – №9. – С. 1-6.

17. Короткий, Ю. Формализация подхода к маркетинговым исследованиям / Ю. Короткий // Маркетинг. – 2009. – №2. – С. 60-70.
18. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебник / А.В. Коротков. – М.: Юрайт, 2012. – 595 с.
19. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер – М.: Прогресс, 2011. – 734 с
20. Лебедева, О.А. Маркетинговые исследования рынка / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина.– М.: Форум, 2013. – 191 с.
21. Морозов, А.В. Деловая психология / А.В. Морозов. – СПб.: Союз, 2000. – 430 с.
22. Никифоров, Г.С. Психология менеджмента / Г.С. Никифоров. – СПб.: Гуманитарный центр, 2009. – 512 с.
23. Попов, В.М. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях/ В.М. Попов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 390 с.
24. Раицкий, К.А. Экономика и управление в организациях: учебное пособие / К.А. Раицкий. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 191 с.
25. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г.В. Савицкая. – Минск: РИПО, 2012. – 367 с.
26. Самыгин, С.И. Менеджмент персонала / С.И. Самыгин, Л.Д. Столяренко. – Р/н-Д.: Феникс, 2007. – 265 с.
27. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник / Б.Е. Токарев. – М.: Экономист, 2005. – 624 с.
28. Тычинский, А.В. Экономика, организация и управление на предприятии: учеб. пособие / А.В. Тычинский. – Р/н-Д.: Феникс, 2010. – 475 с.
29. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А. Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 208 с.
30. Шкатуло, А.Г. Расходы, затраты, издержки – общее и отличия / А.Г. Шкатуло // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. Вып. 8: в 2-х т. Т. 2 / сост. С. В. Анцух; под общ. ред. В. Г. Шадурского. – Минск: Издательство «Четыре четверти», 2012. – 392 с. – С. 350 – 352.
31. Экономика предприятия: учебное пособие / Под ред. И.М. Бабук. – 2-е изд. – Минск: ИВЦ Минфина, 2009. – 327 с.
32. Уолкер-мл. О. Маркетинговая стратегия / О. Уолкер-мл, Х. Бойд-мл. – СПб.: Вершина, 2016. – 496 с.
33. Уткин, Э.А. Маркетинг / под. ред. проф Э.А. Уткина – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2012 – 320 с.