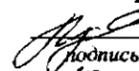


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ  
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, профессор

В.Ф.Володько

  
подпись

« 18 » 06 2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**«РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ  
ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ  
(НА ПРИМЕРЕ ООО «АНАЛОГ-СТРОЙ»)»**

Специальность 1 26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

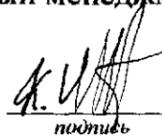
Специализация 1 26 02 02 - 02 01 Социальный менеджмент

Студент 30801215

группы

Руководитель

(доцент)

  
подпись

К.О.Квяткевич

А.В.Ковалёв

  
подпись

Консультанты:

по управленческой и

по экономической части

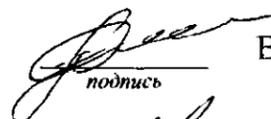
(доцент)

  
подпись

А.В.Ковалёв

по технологической части

(ст. преподаватель)

  
подпись

В.Ф. Морозов

Ответственный за нормоконтроль

  
подпись

А.В. Краюшкина

Объем работы:

дипломная работа – 80 страниц;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 80 стр., 18 рисунков и схем, 19 таблиц,  
45 использованных источников

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, СБЫТ,  
РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цель исследования – разработать программу по совершенствованию маркетинговой стратегии на предприятии.

Объект исследования – ООО «Аналог-строй».

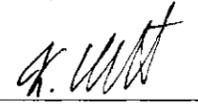
Предмет исследования – организация маркетинговой стратегии в ООО «Аналог-строй».

Реализация поставленной цели потребовала решения следующих задач:

1. Определить теоретические аспекты формирования маркетинговой стратегии.
2. Осуществить анализ эффективности маркетинговой стратегии ООО «Аналог-строй».
3. Обосновать технологию реализации программы по совершенствованию маркетинговой стратегии ООО «Аналог-строй».

Практическая значимость достигнутых результатов заключается в методологических и практических рекомендациях, связанных с выявлением резервов совершенствования маркетинговой стратегии, которые могут быть успешно использованы в других практике предприятий.

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 ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский Кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 28 октября 1998г.: одобрен Советом Республики. 19 ноября 1998 г.: текст Кодекса по состоянию на 30 января. 2014 г. – Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2014. – 450 с.
2. Закон Республике Беларусь «О рекламе» от 18 февраля 1997 г. N 19-3 (Ведомости Национального собрания Республики Беларусь, 1997 г., N 8, ст. 189).
3. Трудовой Кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 8 июня 1999 г.: одобрен Советом Республики 30 июня 1999 г.: текст Кодекса по состоянию на 28 января 2013г. – Минск: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2013. – 256 с.
4. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – Минск: БГЭУ, 2006. – 447 с. Балашов, В.Г. Система маркетинга на предприятии / В.Г. Балашов // Практический маркетинг. 2000. №3. – с. 1-6.
5. Алексунин, В.А. Маркетинг: учебник / В.А. Алексунин. – М.: Дашков и К, 2009. – 448 с.
6. Ансофф И. Стратегическое управление. – М., 2001.
7. Бакарев П.Ф. Этапы стратегического управления: управление компанией. – М., 2001.
8. Балабанов И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. – М., 2002.
9. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг/ Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – 3-е изд. – СПб.: 2010. – 576с.
10. Беляевский И.К. Маркетинговые исследования. М.: Финансы и статистика, 2001. – 220с.
11. Болт Д. Практическое руководство по управлению сбытом. – М.: Издательство Экономика, 2013. – 248 с.
12. Варламова, Т.П. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / Т.П. Варламова, М.А. Варламова. – М.: Дашков и К, 2012. – 302 с.
13. Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник. – М.: Триада Лтд., 2001.
14. Виноградова, С.В. Коммерческая деятельность: учебник / С.В. Виноградова. – Минск: Высшая школа, 2010. – 285 с.
15. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. – М., 2001
16. Виханский, О.С. Менеджмент: учебное пособие / О.С. Виханский. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 537 с.

17. Гавриленко Н. И. Основы маркетинга. – М.: Академия, 2011. – 320 с.
18. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков – М.:2008. – 258 с.
19. Гончаров П.П. и др. Основы логистики: Учебное пособие. – Оренбург: Изд. центр ОГАУ, 2000.
20. Гращенко, Т.М. Основы рекламы : методические рекомендации / Т.М. Гращенко. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2013. – 47 с. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. - Мн.: НПЖ «Финансы, учет, аудит», 2010. - 225 с.
21. Данченко, Л.А. Основы маркетинга: учебное пособие / Л.А. Данченко – Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. – М.: МЭСИ, 2008. – 300 с.
22. Ефимова С.А. Управление сбытом или как увеличить объем продаж. М.: Прогресс, 2004. - 396 с.
23. Захарова Ю.А. Методы стимулирования сбыта; – М.: Дашков и Ко 2016. – 120 с.
24. Клочкова, Е.Н. Экономика предприятия / Е.Н. Клочкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. – М.: Юрайт, 2016. – 448 с.
25. Кондрашов В.М. Управление продажами. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 216 с.
26. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер – СПб.: Питер, 2008. – 698 с.
27. Ланкастер Д., Джоббер Д. Организация сбыта. Мн.: Амалфея, 2009. – 415 с.
28. Лукина Р.И. Искусство управления каналами сбыта. М.: Академия, 2003. – 243 с.
29. Любушин Н.П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 444 с.
30. Организация торговли: хозяйственные ситуации, деловые игры: Учеб.пособ. / А.С. Артемьев, Н.К. Войтик, Е.С. Моисеенко и др.; Под ред. А.С. Артемьева. – Мн.: БГЭУ, 1996. – 125 с.
31. Перерва П. Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга. Практический маркетинг. – М.: НПО "Рим", 2007.
32. Платонов В. Н. Организация торговли: Учеб. пособие. – Мн.: БГЭУ, 2003. – 287 с.
33. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г.В. Савицкая; 2-е изд. – Минск: РИПО, 2012. – 367 с.
34. Савчук, В.П. Управление прибылью и бюджетирование: учебник / В.П. Савчук. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. – 432 с.

35. Теплякова, Н.А. Финансы предприятий: учебно-методическое пособие: для студентов экономических специальностей / Н.А. Теплякова – Минск: БГЭУ, 2011. – 108 с.
36. Тихомиров Н. Г. Модели и методы прогнозирования рынка. – М.:2009г.155с.
37. Токарев, Б.К. Сбытовая политика предприятия / Б.К. Токарев. – М.: Юнити-Дана, 2001.
38. Фридман, Лоуренс Дж; Фьюри, Тимоти Р. Новые каналы сбыта – главное преимущество компаний; – М.: Эксмо 2016. – 352 с.
39. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. Учеб.пособие / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева; 5-е изд. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 587 с.
40. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А. Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 208 с.
41. Шубенков, П.Н. Организация работы по охране труда / П.Н. Шубенков // Ахова працы. – 2002. – № 4. – С. 36.
42. Эванс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг /Дж.Р.Эванс, Б.Берман – М: Сирин, 2002. – 308 с.
43. Бухгалтерские балансы ООО «Аналог-Строй» 2016 – 2018 годы.
44. Отчет о прибылях и убытках за 2016 – 2018 годы.
45. Устав ООО «Аналог-строй»