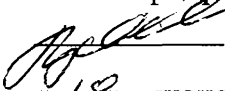


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ГУМАНИТАРИЗАЦИИ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ»

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько

«18» июня 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА


**«МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ»**

Специальность 1-26 02 02 «Менеджмент»

Направление 1-26 02 02 02 «Менеджмент недвижимости»

Студент
группы

Группа
10801316



Д.А. Сапешко

Руководитель –
профессор



В.Ф. Володько

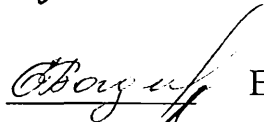
Консультанты:

по экономической части –
профессор



В.Ф. Володько

по технологической части –
доцент



Е.Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль



М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 91 страница;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 91 страница, 15 рисунков и схем, 17 таблиц,
38 использованных источников

МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, ИССЛЕДОВАНИЕ, МОНИТОРИНГ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Цель дипломной работы – исследование маркетинговой стратегии предприятия и разработка путей ее совершенствование.

База исследования – частное предприятие «Юзефович».

Задачи дипломного исследования:

1. Исследование теоретических основ маркетинговой стратегии предприятия;
2. Организация производственной и маркетинговой деятельности на предприятии «Юзефович»;
3. Разработка Программы совершенствования маркетинговой стратегии предприятия «Юзефович»;
4. Выработка технологии реализации предложенной Программы.


В работе использовались **методы исследования**: аналитические, статистические, синтетические, матричные, сравнения, анкетирования, наблюдения, интервьюирования, оценки финансового состояния, экспертных оценок, моделирования ситуации, комплексный анализ проблемы и др.

Элементом новизны полученных результатов является: исследование теоретических аспектов маркетинговой стратегии предприятия, анализ современных теорий маркетинговой деятельности, исследование путей создания маркетинговой стратегии современного транспортного предприятия.

Проведен анализ производственно-экономической деятельности и системы маркетинговой деятельности предприятия «Юзефович».

Возможное **практическое применение** полученных результатов – на предприятии «Юзефович» и других транспортных предприятиях.

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. Закон Республики Беларусь «О рекламе». – Минск, 2007.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич; 2-е изд. – Минск, 2002. – 447 с.
3. Алексунина, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.А. Алексунина. – М.: Маркетинг, 2004. – 516 с.
4. Амблер, Т. Практический маркетинг: монография / Т. Амблер. – СПб.: Питер, 2009. – 320с.
5. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учеб. пособие / Г.Н. Багиев – М.: Экономика, 2003. – 703 с.
6. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. – М., 2005. – 672 с.
7. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз / И.К. Беляевский. – М., 2004. – 320 с.
8. Блэкуэлл, Д. Поведение потребителей: учеб. пособие / Д. Блэкуэлл, П. Минниард, Дж. Энджел. – 9-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 624 с.
9. Ващекина, Н.П. Маркетинг: учебник / Н.П. Ващекина. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. – 312 с.
10. Верников, Г.М. Маркетинговые коммуникации – современный инструмент управления бизнесом: учебник / Г.М. Верников. – М.: МИНХ, 2009. – 156 с.
11. Володько, В.Ф. Методика выполнения магистерской диссертации: пособие для магистрантов / В.Ф. Володько. – 2-е изд. – Минск: БНТУ, 2011. – 44 с.
12. Володько, В.Ф. Организация производства и управление предприятием / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, 2018. – 493 с.
13. Гейтс, Б. Бизнес со скоростью мысли / Б. Гейтс; пер. с англ. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. – 157 с.
14. Герчикова, И.Н. Международное коммерческое дело: учебник / И.Н. Герчикова. – М., 1996. – 501 с.
15. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования. Теория, методология и практика: учебник / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 2000. – 510 с.
16. Данько, Т.П. Управление маркетингом: учеб. пособие / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 349 с.
17. Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи: учебник / А. Дейян; пер. с англ. – М.: Прогресс, 2003. – 190 с.

18. Дибб, С. Практическое руководство по сегментированию рынка / С.Дибб; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
19. Дойль, П. Маркетинг, ориентированный на стоимость: монография / П. Дойль. – СПб.: Питер, 2001. – 309 с.
20. Завьялов, П.С. Формула успеха: маркетинг: учебник / П.С. Завьялов. – М.: Междунар. отношения, 2002. – 387 с.
21. Картер, Г. Эффективная реклама: Путеводитель для малого бизнеса / Г.Картер; под общ. ред. Е.М. Пеньковой. – М. 2001. – 244 с.
22. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер; пер. с англ. – М.: АСТ, 2000. – 272 с.
23. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003. – 800 с.
24. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс / Ф. Котлер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. – 656 с.
25. Крэнделл, Р. 1001 способ успешного маркетинга, даже если вы ненавидите продавать / Р. Крэнделл; пер. с англ. – М.: Фаир-Пресс, 2001. – 496 с.
26. Крылова, Г.Д. Маркетинг. Теория и практика: учебник / Г.Д. Крылова, М.И. Соколова. – М., 2004. – 655 с.
27. Манн, И. Маркетинг на 100%. / И. Манн; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003. – 240 с.
28. Маркетинг / Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – СПб., 2005. – 736 с.
29. Маслова, Т.Д. Маркетинг / Т.Д. Маслова, Л.Н Ковалик, С.Г. Божук. – СПб., 2001. – 320 с.
30. Матанцев, А.Н. Стратегия, тактика и практика маркетинга / А.Н. Матанцев. – М., 2002. – 378 с.
31. Медведев, П.М. Организация маркетинговой службы с нуля: учебник / П.М. Медведев. – СПб.: Питер, 2005. – 224 с.
32. Минетт, С. Промышленный маркетинг: принципиально новый подход к решению маркетинговых задач / С. Минетт; пер. с англ. – М., 2003. – 208с.
33. Ноздрева, Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке. Учебное пособие / Р.Б. Ноздрева – М.: Финансы и статистика, 2001. – 345 с.
34. Паттен, Д. Успешный маркетинг для малого бизнеса / Д. Паттен; пер. с англ. – М., 2003. – 368 с.
35. Родин, В.Г. Основы маркетинга: метод. пособие / В.Г. Родин – М., 2002. – 328 с.

36. Романова, А.Н. Маркетинг: учебник / А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 410 с.
37. Соловьев, Б.А. Основы теории и практики маркетинга: учебник / Б.А. Соловьев – М.: МИНХ, 2002. – 268 с.
38. Отчеты об оказании услуг предприятия «Юзефович» за 2017-2019 годы.