


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор


В.Ф. Володько
«18» июня 2020 г.

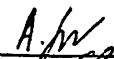
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И
ПУТИ ЕЁ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

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


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

Студент-дипломник, гр. 30801216



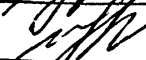
А.В. Лукашевич

Руководитель, ст. преподаватель



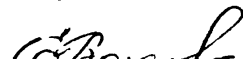
И.В. Унукович

Консультант, ст. преподаватель



И.В. Унукович

Консультант по технологической части, доцент



Е.Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль, специалист



А.В. Краюшкина

Объем работы:

дипломная работа – 87 страниц;

графическая часть – 10 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 87 стр., 14 рисунков, 22 таблицы,
35 использованных источника

СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ЭФФЕКТ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Цель дипломной работы – разработать программу по совершенствованию маркетинговой стратегии в ООО «Минимакс Электро».

Объектом исследования в данной работе является маркетинговая деятельность на предприятии «Минимакс Электро».

Предметом исследования является формирование маркетинговой стратегии на предприятии «Минимакс Электро».

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

1. Определить теоретические подходы к проблеме формирования маркетинговой стратегии на предприятии.

2. Осуществить анализ маркетинговой стратегии на предприятии ООО «Минимакс Электро».

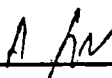
3. Разработать программу по совершенствованию маркетинговой стратегии на предприятии «Минимакс Электро».

4. Обосновать технологию реализации программы по совершенствованию маркетинговой стратегии на предприятии.

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

Область возможного практического применения результатов исследования – ООО «Минимакс Электро» 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. Алавердов, А.Р. Управление персоналом: Учебное пособие. – М.: МФПУ Синергия, 2013. – 192 с.
2. Балашов, А.П. Теория организации. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 208 с.
3. Брассингтон, Ф., Петтитт, С. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. – М.: Бизнес Букс, 2014. – 536 с.
4. Бухалков, М. И. Внутрифирменное планирование: учебник / М. И. Бухалков. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 400 с.
5. Герасимов Б.Н., Социальные технологии в управлении: монография. – Самара: Изд-во СамНЦ РАН, 2014. – 396 с.
6. Годин, А. М. Маркетинг: учебник для экономических вузов по направлению «Экономика» и специальности «Маркетинг» / А.М. Годин. – Москва: Дашков и К°, 2010. – 671 с.
7. Губарец, М.А., Мазилкина Е.И. Продвижение и позиционирование в маркетинге, или Как продвинуть любой товар. Учебно-практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2018. – 224 с.
8. Гуревич, П.С. Социология и психология рекламы: учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 462 с.
9. Данченко, Л.А. Маркетинг. Учебник и практикум. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 486 с.
10. Друкер, Питер. Практика менеджмента / Питер Друкер. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 416 с.
11. Дубровин, И.А. Поведение потребителей. Учебное пособие, 4-е изд. – М.: Дашков и К., 2018. – 310 с.
12. Егоров, Ю.Н. Основы маркетинга: Учебник / Ю.Н. Егоров. – М.: Инфра-М, 2015. – 216 с.
13. Захаров, В.Я. Антикризисное управление. Теория и практика. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 304 с.
14. Зуб, А.В. Курс на успех: разрабатываем маркетинговую стратегию предприятия//Промышленный маркетинг. – 2014. – №6. – С. 41-44.
15. Кормишкин, Д.В. Научные взгляды на стратегическое планирование маркетинга и его роль в управлении предприятием / Д.В. Кормишкин // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 5. – С. 591-596.
16. Котлер, Ф., Келлер, К.Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. – СПб. Питер, 2012. – 816 с.

- 17.Липсиц, И.В., Дымшиц М.Н. Основы маркетинга: учебник / И.В Липсиц, М.Н. Дымшиц. – М.: Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.
- 18.Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; Пер. с англ. О.И. Медведь. – М.: Вильямс, 2012. – 672 с.
- 19.Мильнер Б.З. Теория организации. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 848с.
- 20.Павлов, А.С. Экономика строительства. В 2 т. Т. 1.: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.С. Павлов. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 314 с.
- 21.Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер; Пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 453 с.
- 22.Похабов, В.И. Основы маркетинга : учеб. пособие / В.И. Похабов, В.В. Тарелко. – Минск : Выш. шк., 2014. – 271 с.
- 23.Прокшина, Т. П. Маркетинг: учебник / Т.П. Прошкина. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 314 с.
- 24.Рачек, В.Л., Серебренников И В. К вопросу повышения качества формирования миссии организации // Омский научный вестник. – 2012. – № 2. – С. 83-87.
- 25.Репина, Е.А. Основы менеджмента. – М.: НИЦ ИНФРА-М, Академцентр, 2013. – 240 с.
- 26.Рожков, И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. – М.: Юрайт, 2017. – 331 с.
- 27.Рыжкова, Ж.В. Организация процесса стратегического управления в крупных компаниях // Аудитор. – 2010. – № 10. – С. 41-45.
- 28.Смирнов, Э.А. Теория организации: Учебное пособие / Э.А. Смирнов. – М.: ИЦ РИОР, 2013. – 143 с.
- 29.Тебекин А.В. Управление персоналом: Учебник / А.В. Тебекин. – М.: КноРус, 2013. – 624 с.
- 30.Тебекин, А.В. Стратегический менеджмент: учебник для академического бакалавриата / А.В. Тебекин. – М.:Юрайт, 2013. – 333 с.
- 31.Федорова Н.В. Управление персоналом: учебник / Н.В. Федорова, О.Ю. Минченкова. – М.: КНОРУС, 2014. – 432 с.
- 32.Шеремет А.Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 480 с.
- 33.Бухгалтерский баланс ООО «Минимакс Электро» за 2017-2019 гг.
- 34.Отчет о прибылях и убытках ООО «Минимакс Электро» за 2017-2019 гг.
- 35.Устав ООО «Минимакс Электро».