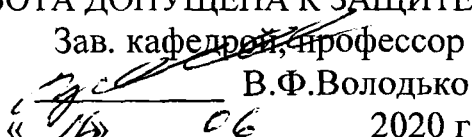

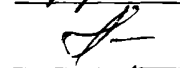

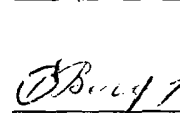



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, профессор
 В.Ф.Володько
« 16 » 06 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**ОПТИМИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Специальность 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)
Направление специальности 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент-дипломник гр. 30801315		Ю.Г. Кебец
Руководитель, ст. преподаватель		Г.Д. Веренич
Консультант, ст. преподаватель		Г.Д. Веренич
Консультант по технологической части, доцент		Е. Г. Богданович
Ответственный за нормоконтроль, преподаватель		М.С. Рызванович

Объем работы:
дипломная работа – 85 страницы;
графическая часть – 8 листов А4;
цифровые носители – 1 диск.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 85 стр., 12 рисунков, 17 таблиц,
32 использованных источников

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА, МАРКЕТОЛОГ

Цель дипломной работы – разработать мероприятия по оптимизации маркетинговой стратегии ООО «Минисо Бел».

Объектом исследования в данной работе является маркетинговая деятельность и маркетинговая стратегия в организации торговли.

В соответствии с определенной целью в работе поставлены следующие задачи:

1. Изучить понятие маркетинга, определить сущность и элементы комплекса маркетинга, а также рассмотреть этапы, особенности формирования и методы разработки маркетинговой стратегии.

2. Провести анализ хозяйственной деятельности и маркетинговой стратегии ООО «Минисо Бел».

3. Разработать мероприятия по оптимизации маркетинговой стратегии ООО «Минисо Бел».

4. Обосновать технологию реализации предлагаемой программы.

Элементами научной новизны полученных результатов являются разработанные мероприятия по оптимизации маркетинговой стратегии предприятия.

Область возможного практического применения результатов исследования – ООО «Минисо Бел» 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.



(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Андреев, В.Д. Теория и практика стратегического планирования/Под ред. В.И. Шаповалова. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2017. – 264 с.
2. Андреева, Н. Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация/Н. Н. Андреева//Маркетинговые коммуникации. – 2018.
3. Арутюнова, Д. В. Стратегический менеджмент : учеб. пособие. Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
4. Брижашева, О. В. Маркетинг торговли: учеб. пособие. / О.В.. Брижашева. Ульяновск : УлГТУ, 2007.
5. Березина, Е.А. Исследование эффективности организации маркетинга на предприятии/ Е.А. Березина. СМАЛЬТА, 2017.
6. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность: учебник / С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – 2-е изд., испр. – Минск: Вышэйш. шк., 2016. – 351 с. – (ВУЗ. Студентам высших учебных заведений).
- 7 Гусарова, О.М. Методы и модели прогнозирования деятельности корпоративных систем//Теоретические и прикладные вопросы образования и науки. - Тамбов: Юком, 2014.
8. Ефимова, С.А. Маркетинговое планирование/С.А. Ефимова. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018.
9. Зайцев, А.Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / А.Г. Зайцев, Е.В. Такмакова. – М.: Риор, 2017. –118 с.
- 10 Зайцев, А.Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / А.Г. Зайцев, Е.В. Такмакова. – М.: Риор, 2018. – 144 с.
11. Звягинцев, В. Б. Разработка маркетинговой стратегии предприятия и контроль над ее реализацией. / В.Б., Звягинцев / Маркетинг и маркетинговые исследования. 2015. № 1. 65 – 68 с.
12. Карпова, Е.В.Розничные торговые сети: стратегии, экономика, управление: учеб. пособие / под ред. А. А. Есютина. – М.: КноРус, 2007. – 424 с.
13. Коноков, Д.Г. Организационная структура предприятий / Д.Г. Коноков, М.А. Рожков, А.О. Смирнов, О.Н. Яниковская. – М.: ИСАРП, 2012.
14. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, 2016. – 288 с.
15. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: Учебник и практикум / А.П. Карасев. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 323 с.
16. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров / А.В. Коротков. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 595 с.

17. Лукичёва, Т. А. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 370 с.
18. Липсиц, И. В. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 379 с.
19. Лебедева, О.А. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. — М.: Форум, 2018. — 210 с.
20. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. — М.: Дашков и К, 2016. — 148 с.
21. Мудров, А. Н. Основы рекламы: учебник / А. Н. Мудров. — М.: Экономистъ, 2006. — 319 с.: ил.. — Библиогр.: с. 316.
22. Парамонова, Т. Н., Красюк И. Н. Маркетинг в розничной торговле: Учебно-практическое пособие/ Под общей редакцией профессора Т. Н. Парамоновой. - М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2004. — 224 с.
23. Рожков, И.В. Информационные системы и технологии в маркетинге / И.В. Рожков. — М.: Русайнс, 2014. — 196 с.
24. Русакова, О.И. Роль маркетинговых инструментов в продвижении страховых продуктов на российском рынке / О. И. Русакова, Д. С. Хаустов // Страховое дело. — 2014. — № 1. — С. 38-42.
25. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие для бакалавров / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. — М.: Дашков и К, 2015. — 296 с.
26. Складар, Е.Н. Маркетинговые исследования: практикум / Е.Н. Складар. — М.: Дашков и К, 2015.
27. Складар, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум / Е.Н. Складар, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. — М.: Дашков и К, 2016.
28. Саломатина, Н.А. Управление организацией. Учебник / Под редакцией З.П. Румянцевой — М.: ИНФРА-М, 2013.
29. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев. - М.: Магистр, 2016. - 320 с.
30. Черных, В.В. Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта: Учебное пособие / В.В. Черных. — СПб.: Лань, 2018.
31. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : уч.бакалавриата / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.
32. Официальный сайт Miniso. — Режим доступа: <https://minisocatalog.ru>.