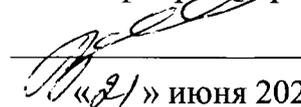


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет технологий управления и гуманитаризации  
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько  
«21» июня 2021 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

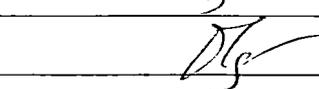
**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ  
МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

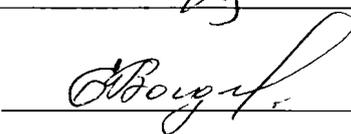
Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Специализация: 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-административный)

Студент-дипломник, гр. 30801116  А.А. Лишанкова

Руководитель, доцент  О.П. Котикова

Консультант, доцент  О.П. Котикова

Консультант по технологической  
части, доцент  Е.Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль,  
преподаватель  А.К. Петрашкевич

Объем работы:

дипломная работа – 91 страниц;

графическая часть – 11 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2021

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 91 страниц, 11 рисунков и схем, 8 таблиц,  
38 использованных источников

### МАРКЕТИНГ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, МАЛЫЙ БИЗНЕС, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

**Цель** дипломной работы – разработка маркетинговой стратегии на предприятии малого бизнеса в сфере образования.

**Объект** дипломного исследования – интернет-компания из сферы онлайн-образования ИП «Ржавцева».

**Задачи** дипломного исследования:

1. Изучить теоретические подходы к разработке маркетинговой стратегии на предприятиях малого бизнеса;
2. Проанализировать маркетинговую деятельность компании ИП «Ржавцева»;
3. Разработать практические рекомендации для ИП «Ржавцева» в целях успешного продвижения образовательных услуг при помощи маркетинговой стратегии.
4. Разработать технологию реализации предлагаемой Программы.

**Методы** исследования: анализ теоретической литературы; классификация; изучение документов предприятия; экспертные методы оценки конкурентоспособности; опрос.

**Содержание** дипломной работы: теоретические подходы к разработке маркетинговой стратегии на предприятиях малого бизнеса; экономический анализ деятельности предприятия; пути совершенствования маркетинговой стратегии на предприятии малого бизнеса в сфере образования; технологии внедрения авторской модели маркетинговой стратегии.

**Практическое применение.** Область возможного практического применения результатов дипломной работы – ИП «Ржавцева» и другие интернет-компании из сферы образования.

**Достоверность.** Автор подтверждает, что приведенный расчетный материал правильно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.

  
(подпись автора)

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон Республики Беларусь «О рекламе». – Минск, 2007.
2. Аакер, Д.А. Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, В.Улар // Маркетинг. – 2011. – № 3. – С. 256.
3. Аксенова, К.А. Реклама и рекламная деятельность / К.А. Аксенова. – М: ИНФРА-М, -2012. – С96
4. Алиева, А.Н. Клиентоориентированность / А.Н. Алиева // Управление персоналом. – 2012. – № 6. – С. 16-19.
5. Ахматова, М. Теоретические модели конкурентоспособности / М. Ахматова, Е. Попов // Маркетинг. – 2013. – № 2. – С. 32-37.
6. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник для студентов вузов / Г. Л. Багиев. – СПб. : Питер, 2014. – 576 с.
7. Баумгартен, Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции / Л.В. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – № 4. – С. 27-32.
8. Башмарин, И.В. Современные требования к использованию трудовых ресурсов. / И.В. Башмарин. – М.: Кадры №1, 2015. – 152 с.
9. Беляцкий, Н.П. Стратегия и маркетинг: две стороны одной медали, или просто о сложном / Н.П. Беляцкий. – Минск: Вышэйшая школа, 2017. – 302 с.
10. Бронникова, Т.С. Развитие методологии формирования рыночного потенциала предприятия: монография / Т.С. Бронникова, В.В. Котрин. – Королёв: ФТА, 2012. – 212 с.
11. Володько, В.Ф. Организация производства и управление предприятием / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, 2017. – 493 с.
12. Володько, В.Ф. Основы менеджмента / В.Ф. Володько; 3-е изд. – Минск: АiВ, 2010. – 307 с.
13. Волонцевич, Е.Ф. Конкурентоспособность организаций / Е.Ф. Волонцевич, Г.К. Козлова. – Минск: БГЭУ, 2010. – 208 с.
14. Воронов, Д.С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, анализ, пути повышения [Электронный ресурс] / Д.С. Воронов. – Минск, 2014. – Режим доступа: <http://vds1234.narod.ru/?22.html>. – Дата доступа: 22марта 2018.
15. Генкин, Б.М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика) / Б. М. Генкин. – М.: ИНФРА, 2015. – 352 с.
16. Голочева, А.С. Конкурентоспособность организации: учеб. пособие / А.С.Голочева. – Минск: Выш. шк., 2012. – 244 с.

17. Джонсон, М. Ориентация на клиента – ключевой фактор успеха предприятия / М. Джонсон // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – №2. – С. 10-13.
18. Дернов, М.В. Программа лояльности как подходящий механизм создания наглядного конкурентного отличия / М.В. Дернов // Вестник ДГТУ. – 2015. – № 5. – С. 61-63.
19. Елизарова, А.Г. Стратегия маркетинга / А.Г. Елизарова // Молодой ученый. – 2013. – № 4.
20. Заяц, Н. Е. Финансы предприятий: Учебное пособие: 2-е изд / Под общ. Н.Е. Заяц, Т.И. Василевской. – Минск: Вышэйшая школа, 2016. – 528 с.
21. Ильин, М.Т. Влияние маркетинговой деятельности на конкурентоспособность предприятия / М.Т. Ильин. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 215 с.
22. Карпов, А.Л. Конкурентоспособность: тактика и стратегия промышленного предприятия / А.Л. Карпов. – Омск: ОГУ, 2011. – 223 с.
23. Ламбен, Ж.-Ж, Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумиитас, И. Шулинг; пер. с англ.; 2-е изд. / Под ред. В. Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2012. – 324 с.
24. Марченко, И.П. Вверх и вниз по ступенькам / И. П. Марченко. – М.: ЭКО, № 11, 2016. – 189 с.
25. Мокроносов, А.Г. Инновационный путь развития компании: учеб. пособие / А. Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. – Екатеринбург: УГУ, 2014. – 287 с.
26. Павлова, А.А. Качество и конкурентоспособность / А.А. Павлова. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 265 с.
27. Пронникова, В.А. Малое предпринимательство как экономическая категория / В. А. Пронникова. – М.: ЖУК № 1, 2015. – 127 с.
28. Резник, С.Д. Персональный менеджмент / С.Д. Резник. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 650 с.
29. Савельев, Н.А. Маркетинговая стратегия предприятия: учебник / Н.А. Савельев. – Ростов н/Д.: Феникс, 2012. – 314 с.
30. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия, 7-е изд. – Минск: Новое знание, 2017. – 453 с.
31. Тимирьянова, В.М. Построение системы показателей оценки конкурентной среды и конкурентоспособности предприятий в регионе: монография / В.М. Тимирьянова. – Уфа: Антаир, 2010. – 264 с.
32. Травин В.В., Дятлов В.А. Менеджмент персонала предприятия / В.В. Травин, В.А. Дятлов. – М.: Дело, 2016. – 195 с.

33. Турчинов, А.И. Повышение эффективности деятельности предпринимательских структур на основе использования рекламных инструментов/ А.И. Турчинов. – М.: Издательство РАГС, 2016. – 450 с.
34. Философова, Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учеб. пособие / Т.Г. Философова, В.А. Быков. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 324 с.
35. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учеб. пособие / В.В. Царев, А.А. Канторович, В.В.Черныш. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 799 с.
36. Шапиро, С. А. Маркетинг в основе конкурентоспособности предприятия / С.А. Шапиро. – М.: Гросс Медиа, 2018. – 250с.
37. Якимова, З.В. Управление малым предприятием. Учебное пособие / З.В. Якимова. – Владивосток: Издательство ВГУЭС, 2019. – 841 с.
38. Отчет о прибылях и убытках ИП «Ржавцева» за 2019 – 2020 годы.