

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

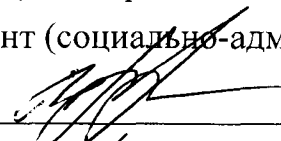
«21» июня 2021 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**РЕАЛИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ОРГАНИЗАЦИИ**

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

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

Студент-дипломник, гр. 30801116




З.И. Михайловская

Руководитель, ст. преподаватель



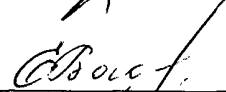
С.В. Марцева

Консультант, ст. преподаватель



С.В. Марцева

Консультант по технологической
части, доцент



Е.Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель



А.К. Петрашкевич

Объем работы:

дипломная работа – 90 страниц;

графическая часть – 8 листов;

Цифровые носители – 1 диск.

Минск 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 90 страниц, 13 рисунков и схем, 19 таблиц,
22 использованных источника

МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Цель дипломной работы - разработка маркетинговой стратегии ООО «Евроторг».

Объект дипломного исследования – продовольственный ритейл ООО «Евроторг».

Задачи дипломного исследования:

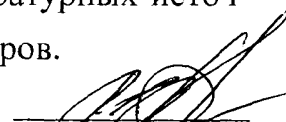
1. Изучить сущность и значение маркетинговой стратегии организации; факторы, оказывающие влияние на формирование маркетинговой стратегии.
2. Провести анализ финансового состояния и маркетинговой стратегии ООО «Евроторг».
3. Разработать мероприятия по совершенствованию маркетинговой стратегии ООО «Евроторг».
4. Разработать технологию реализации предлагаемой Программы.

Методы исследования: анализ теоретической литературы; обобщение; классификация; изучение документов базового предприятия; статистический анализ; матричные и экспертные методы оценки конкурентоспособности; опрос; анкетирование; моделирование; экономико-математические методы.

Содержание дипломной работы: теоретические аспекты маркетинговой стратегии организации; оценка хозяйственной деятельности и маркетинговой стратегии организации; разработка маркетинговой стратегии ООО «Евроторг»; технологии реализации предлагаемой программы.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов дипломной работы – ООО «Евроторг» и другие предприятия розничной торговли.

Достоверность. 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. Виханский, О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский. – М.: Экономика, 2006. – 420 с.
2. Буцкая, Н.Г. Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности компаний [Электронный ресурс] / Н.Г. Буцкая // Credonew. Теоретический журнал. - 2018. - № 4. // Режим доступа: [www.credonew.ru / credo / 04 06 / index.htm](http://www.credonew.ru/credo/04_06/index.htm). - Дата доступа: 12.03.2014.
3. Ансофф, И. Стратегический менеджмент. Классическое издание: пер. с англ. / Под ред. А.Н. Петрова. – СПб.: Питер, 2009. – 542 с.
4. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер. — СПб.: Питер, 2019 – 400 с.
5. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
6. Вейхуа Сун, Экономическая сущность стратегического планирования маркетинга как элемента системы управления предприятием / Сун Вейхуа // Наука и бизнес: пути развития. – М.: ТМБпринт. -2018. - № 7. – С. 12-16.
7. Панкрухин, А.П. Маркетинг: учебник для студентов, обучающихся по спец. 061500 «Маркетинг» / А.П. Панкрухин: Гильдия маркетологов. – 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2017. - 656 с.
8. Талова, Н.С. Формирование маркетинговой стратегии современной компании / Н.С. Талова [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2012/thesis/s005/s005-078.pdf>. – Дата доступа: 12.02.2021 г.
9. Резвов, С.В. Методологические аспекты использования стратегии маркетинга в стратегическом управлении предприятием / С.В. Резвов // Государство и регионы. – 2018 № 1 (2). – С. 47-49.
10. Мельникова, Е.Н. Этапы разработки стратегии маркетинга, ориентированной на рынок / Е.Н. Мельникова // Маркетинг в России: состояние и перспективы развития. – 2019. – № 1.– С. 255-259.
11. Кондратов, В.М. Исследование рыночной среды в системе маркетинга организаций / В. М. Кондратов // Маркетинг в России и за рубежом. - 2017. – № 4. – С. 30-34.
12. Синяева, И.М. Маркетинг в коммерции / С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. И.М. Синяева. – М.: Дашков и Ко, 2018. – 312 с.

13. Герасимов, Б.И. Маркетинговый анализ: учеб. пособие / Т.М. Коновалова, Н.И. Саталкина, Г.И. Терехова. - Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО "ТГТУ", 2018. – 188 с.
14. Маркетинг / А. Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников [и др.] – под ред. А. Н. Романова. – М.: Банки и биржи, 2016. - 560 с.
15. Елкин, С.Е. Вопросы теории управления товарным ассортиментом / С.Е. Елкин // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2019. - № 9. – С. 5-15.
16. Музыкант, В. Маркетинговые основы управления коммуникациями. Полный курс МВА / В. Музыкант. – М.: Эксмо, 2019. – 832 с.
17. Бернетт, Дж. Маркетинговые коммуникации интегрированный подход / Дж. Бернетт. - СПб.: Питер, 2016. – 407 с.
18. Акулич, И.Л. Маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич – Минск: Выш. шк., 2017. – 479 с.
19. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ. - М., Прогресс, 2010. – 456 с.
20. Российский и зарубежный опыт организации маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: российский и зарубежный опыт организации маркетинга взаимоотношений - pdf free download (docplayer.ru) - Дата доступа: 12.02.2021 г.
21. Официальный сайт ООО «Евроторг»[Электронный ресурс]. – Режим доступа: _Евроопт - радость выгодных покупок! (evroopt.by) - Дата доступа: 12.02.2021 г.
22. Операционные данные деятельности ООО «Евроторг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Операционные показатели (eurotorg.by) - Дата доступа: 12.02.2021 г.