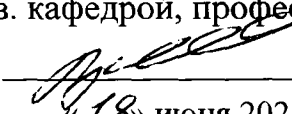


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:
Зав. кафедрой, профессор
 В.Ф. Володько
«18» июня 2021 г.


ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

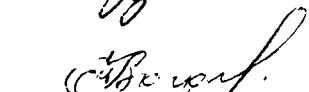
Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

Студент-дипломник, гр. 30801217  А. В. Лукашевич

Руководитель, зав. кафедрой, профессор  В. Ф. Володько

Консультант, зав. кафедрой, профессор  В. Ф. Володько

Консультант по технологической
части, доцент  Е. Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель  А. К. Петрашкевич

Объем работы:

дипломная работа – 88 страниц;

графическая часть – 8 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 90 страниц, 14 рисунков и схем, 12 таблиц,
30 использованных источников

СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГ, ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТНОСТИ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, ПОКАЗАТЕЛИ, РЕАЛИЗАЦИЯ

Цель дипломной работы – разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии предприятия.

Объект дипломного исследования – ООО «РУСИНТЕРТРАНС».

Задачи дипломного исследования:

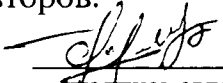
- исследование теоретических основ маркетинговой стратегии предприятия;
- анализ стратегического положения предприятия на рынке и оценка эффективности его деятельности;
- разработка направлений по совершенствованию маркетинговой стратегии ООО «РУСИНТЕРТРАНС»;
- разработка технологии реализации предложенных мероприятий по новой должности.

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 маркетинговых стратегий предприятия; анализ маркетинговой стратегии ООО "Русинтертранс"; пути развития маркетинговой стратегии ООО "Русинтертранс"; технология реализации предлагаемых мероприятий.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов дипломной работы – ООО «Русинтертранс» и другие предприятия электротехнической отрасли.

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. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 8-е изд. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 359 с.
2. Акулич, И.Л. Основы маркетинга: учебник / И.Л. Акулич. – Минск: БГЭУ, 2015. – 452 с.
3. Акулич, М.В. Практикум по маркетингу: учеб. пособие / М.В. Акулич, М.Ф. Трищенко. – Минск.: ВУЗ – ЮНИТИ, 2016. – 271с.
4. Амблер, Т. Практический маркетинг: учеб. пособие / Т. Амблер. – СПб. : Питер, 2018. – 256 с.
5. Ассель, Г. Маркетинг: принципы и стратегии: учебник / Г. Ассель. – М.: ИНФРА – М, 2018. – 439 с.
6. Багиев, Г.Л. Основы предприятия маркетинговой деятельности на предприятии: учебник / Г.Л.Багиев. – Минск: Вышэйшая школа, 2018. – 365 с.
7. Багиев, Т.Л. Маркетинг: учебник / Т.Л. Багиев, В.М. Трасевич, Х. Анн. – М.: Экономика, 2014. – 218 с.
8. Баркан, Д.И. Маркетинг для всех: учебник / Д.И. Баркан. – СПб.: Питер, 2014. – 225 с.
9. Басовский, А.Е. Маркетинг: курс лекций / А.Е. Басовский. – М.: ИНФРА – М, 2014. – 421 с.
10. Батра, Р. Рекламный менеджмент: учебник / Р. Батра, Дж. Дж. Майерс, Д.А. Аакер. – М.: Вильямс, 2016. – 784 с.
11. Безуглая В.М. Внешнеэкономическая деятельность: курс лекций / Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, 2018. – 80 с.
12. Благоев, В. Маркетинг в определениях и примерах: учебник / В. Благоев. – СПб: Дватри, 2016 г. – 387 с.
13. Блайт, Дж. Основы маркетинга: учебник / Дж Блайт. – М.: Знания – Пресс, 2018. – 297 с.
14. Володеева, Л.В. Предприятие и эффективность торговой рекламы: учебник / Л.В. Володеева. М.: ЛИСТ, 2016. – 154 с.
15. Гембл, П. Маркетинг взаимоотношений с потребителями: учебник / пер. с англ. В. Егорова / П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок. – М.: ФАИР – ПРЕСС, 2016. – 512 с.
16. Голубков, Е.П. Маркетинг: Словарь – справочник / Е.П. Голубков. – Минск: Дело, 2016. – 384 с.
17. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. / Е.П. Голубков. – 2–е издание, переработанное и дополненное Минск: Финпресс, 2018. – 541с.

18. Голубков, Е.П. Основы маркетинга: учебник / Е.П. Голубков. – М.: Фин-пресс, 2018. – 351 с.
19. Данько, Т.П. Управление маркетингом: учебник / 2-е изд, перераб. и доп. / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА – М, 2018. – 235 с.
20. Дейян, А. Реклама: учебник / Арманд Дейян. – М.: ИНФРА – М, 2016. – 421 с.
21. Дралин, А.И. Внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие – Пенза: Информационно-издательский центр ПГУ, 2014. – 127 с.
22. Дралин, А.И. Международные экономические отношения: учеб. пособие. – Пенза: Информационно-издательский центр ПГУ, 2016. – 162 с.
23. Завьялов, П.С. Формула успеха – маркетинг: учебник / П.С. Завьялов, В.Е. Демидов. – М.: Международные отношения, 2016. – 235 с.
24. Жудро, М.К. Экономика организаций. Практикум / Н. Л. Зайцев. – Минск: Высшая школа. – 321 с.
25. Жудро, М.К. Внешнеэкономическая деятельность. Практикум / М.М. Жудро, М.К. Жудро. – Минск: Высшая школа. – 2017. – 161 с.
26. Ильин, В.И. Поведение потребителей / В.И. Ильин. – СПб.: Питер, 2016. – 354 с.
27. Картер, Г. Эффективная реклама / Г. Картер. – М.: Экзамен, 2016. – 574 с.
28. Кожекин, Г.Я. Маркетинг предприятия: учеб. пособие / Г.Я. Кожекин, С.Г. Мисербиева. – Минск: Книжный Дом М Санта, 2018. – 240 с.
29. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент / Пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2016. – 235 с.
30. Маркетинг и ценообразование: учеб.-метод. пособие / М.К. Жудро, Т.Г. Зорина. – Минск: БГЭУ, 2010. – 134 с.
31. Маркетинг: учебник / У. Руделиус [и др.]; под общ. ред. У. Руделиус – М.: ДеНово, 2018. – 351 с.
32. Маркетинг: учеб. пособие / А.М. Немчин [и др.]; под общ. ред. А.М. Немчина и Д.В. Минаева. – СПб.: ИД «Бизнес – пресса», 2011. – 365 с.
33. Маркетинг: учебник / А.Н. Романов [и др.]; под общ. ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи ЮНИТИ, 2018. – 354 с.
34. Маркетинг: учебник / Н.Д. Эриашвили [и др.]; – М: ДАМА, 2011. – 238 с.
35. Маркетинг: учебник / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. М.: Юристъ, 2016. – 387 с.
36. Муравьев, А.И. Предпринимательство: учебник / А.И. Муравьев, А.М. Игнатьев, А.Б. Крутик. – СПб: Лань, 2011. – 696 с.
37. Ноздрева, Р.Б. Предприятие и управление внешнеэкономической деятельностью / Р.Б Ноздрева. – М.: ИНФРА – М, 2011. – 336 с.
38. Основы маркетинга: учебник / Ф. Котлер, [и др.]. – М.: Вильмис, 2016. – 357 с.

39. Панкрухин, А.П. Маркетинг: учебник / А.П. Панкрухин. – М.: Олига – Л, 2016. – 348 с.
40. Попов, Е.В. Продвижение товаров и услуг.: учеб. пособие / Е.В. Попов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 320 с.
41. Пунин, Е.И. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятии: учебник / Е.И. Пунин. – М.: Международные отношения, 2016. – 511 с.
42. Сальников, А.Н. Эффективность торговой рекламы. Лекции / А.Н.Сальников. – Донецк: Знания, 2018. – 465 с.
43. Федько, В.Г. Основы маркетинга: учебник / В.Г. Федько, Н.Г. Федько, О.А. Шапор. – Ростов на Дону: Феникс, 2016. – 542 с.
44. Федько, В.Г. Основы маркетинга: 100 экзаменационных ответов / В.Г. Федько, О.А. Шапор. – Ростов на Дону: Феникс, 2018. – 354 с.
45. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева. – 2 – е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 566 с.
46. Чандидж, В. Реклама. Теория и практика: учебник / В. Чандидж. – М.: Прогресс, 2016. – 387 с.
47. Чевертон, П. Теория и практика современного маркетинга: Полный набор стратегий, инструментов и техник: учебник / Чевертон П. – М: ФАИР – ПРЕСС, 2018. – 608 с.
48. Черчилль, Г. Маркетинговые исследования: учебник / Г.Черчилль, А.Гилберт. – СПб.: Питер, 2018. – 562 с.
49. Шагурин, С.В. Экономика транснационального предприятия: Учеб. пособие / СПб.: СПбГПУ, 2016. – 335 с.
50. Шив, Ч.Д. Курс МВА по маркетингу: учебник / Ч.Д. Шив, А.У. Хайэм. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 717 с.
51. Carl F. Christ. Marketing analysis / Christ Carl. – New York: Cowles Foundation, 2018. – 705 p.
52. Edward, Baig. Marketing mix / Baig Edward. – London: Business Week, 2018. – 235 p.
53. Устав ООО «Русинтертранс»
54. Отчет о прибылях и убытках ООО «Русинтертранс»