

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

Метелица
Анастасия Сергеевна

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ЧЕТЫРЕСТА СЕМЬ Б»)

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
П. О. Сороко

Допущена к защите

«__» _____ 2018 г.

Зав. кафедрой международного туризма

доктор исторических наук, доцент Л.М. Гайдукевич

Минск, 2018

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 22 иллюстраций, 19 таблиц, списка использованной литературы. Объем работы составляет 69 страниц. Список использованной литературы занимает 3 страницы и включает 41 позицию. 4 приложения располагаются на 7 страницах.

2. Перечень ключевых слов

КОНКУРЕНЦИЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ПРЕДПРИЯТИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, ОБСЛУЖИВАНИЕ, КРИТЕРИИ, КОНЦЕПЦИЯ, ПРОФИЛЬ, МАРКЕТИНГ.

3. Текст аннотации

Объект исследования – ООО «Четыреста семь б».

Предмет исследования – маркетинговая стратегия ООО «Четыреста семь б».

Цель исследования – разработка маркетинговой стратегии ООО «Четыреста семь б» с целью повышения эффективности деятельности предприятия.

Методы исследования: аналитический метод, метод сравнительного анализа, статистический, графический, описания, систематизации и классификации.

Исследования и разработки: проведен анализ маркетинговой деятельности шот-бара и разработана маркетинговая стратегия для повышения его привлекательности и узнаваемости на перспективу.

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность, процесс формирования профиля и концепции на предприятиях общественного питания.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы: приведенный в работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместу, рэферату дыпломнай працы, увядзення, трох кіраўнікоў, заключэння, 22 ілюстрацый, 19 табліц, спіса выкарыстанай літаратуры. Аб'ём працы складае 69 старонак. Спіс выкарыстанай літаратуры займае 3 старонкі і ўключае 41 пазіцыю.

2. Пералік ключавых слоў

КАНКУРЭНЦЫЯ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ,
ПРАДПРЫЕМСТВА ГРАМАДСКАГА ХАРЧАВАННЯ,
АБСЛУГОЎВАННЕ, КРЫТЭРЫІ, КАНЦЭПЦЫЯ, ПРОФІЛЬ, МАРКЕТЫНГ.

3. Тэкст анатацыі

Аб'ект даследавання – ТАА «Чатырыста сем б».

Прадмет даследавання – маркетынговая стратэгія ТАА «Чатырыста сем б».

Мэта дыпломнай працы – ацаніць эфектыўнасць распрацаванай стратэгіі маркетынгу ТАА «Чатырыста сем б» і адкарэктаваць яе з мэтай павышэння эфектыўнасці.

Метады даследавання: аналітычны метады, метады параўнальнага аналізу, статыстычны, графічны, апісання, сістэматызацыі і класіфікацыі.

Даследаванні і распрацоўкі: праведзены маркетынгавай дзейнасці шот-бара і распрацоўка маркетынгавай стратэгіі для павышэння яго прывабнасці і пазнавальнасці на перспектыву.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: маркетынговая дзейнасць, працэс фарміравання профілю і канцэпцыі на прадпрыемствах грамадскага харчавання.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы: прыведзены ў працы разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ANNOTATION

1. The structure and scope of the diploma work

Diploma work consists of diploma work assignment, table of contents, diploma work summary, introduction, 3 chapters, conclusion, 22 illustration, 19 tables and list of references. The scope of work is 69 pages. The list of references occupies 3 pages and includes 41 positions. 4 appendices occupy 7 pages.

2. Keywords

COMPETITION, COMPETITIVENESS, ENTERPRISE OF PUBLIC CATERING, SERVICES, CRITERIA, CONCEPT, PROFILE, MARKETING

3. Summary text

The object of research - "Four hundred and seven b".

Subject of research - the marketing strategy of the OOO "Four hundred and seven b".

The aim of the thesis - is to evaluate the efficiency of the developed marketing strategies, OOO "Four hundred and seven b" and adjust it to improve efficiency.

Methods of the research: analytical method, method of comparative analysis, statistical, graphical, description, systematization and classification.

Development: it is conducted marketing activities of shot bar and developed a marketing strategy for increasing its attractiveness and visibility on the future.

Recommendations on the usage: marketing activity, the process of the formation of the profile and the concept of the public catering enterprises.

The accuracy of materials and results of the diploma work: settlement and analytical materials reflects correctly and objectively the state of the test process, and all concepts borrowed from the literature of the sources and other theoretical, methodological and methodical positions are accompanied by references to their authors.