

Белорусский государственный университет

Экономический факультет

Кафедра международного менеджмента

Реферат к дипломной работе

**«Совершенствование маркетинговой стратегии белорусского
предприятия»**

Гернат Полина Сергеевна

Научный руководитель: ст. преподаватель Чурлей Э.Г.

2014 г.

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы 104 с., 13 рис., 31 табл., 55 источников, 3 прилож.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ, СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ

Объектом исследования является ООО «Гётц групп».

Предметом исследования является маркетинговая стратегия предприятия.

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

В ходе выполнения работы изучены теоретические аспекты маркетинговой стратегии предприятия, проведен анализ текущей маркетинговой стратегии ООО «Гётц групп», предложены направления и пути повышения совершенствования маркетинговой стратегии ООО «Гётц групп».

При выполнении работы использованы методы исследования: систематизации и логического обобщения, табличный и графический метод, сравнительного анализа, экспертный.

Результаты работы могут быть использованы руководством ООО «Гётц групп» в деятельности предприятия.

Технико-экономическая, социальная и(или) экологическая значимость: внедрение разработок повысит эффективность маркетинговой стратегии предприятия, что повлечет повышения эффективности деятельности.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай работы 104 с., 13 мал., 31 табл., 55 крын., 6 дап.

МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, КАНКУРЭНТНЫЯ ПЕРАВАГІ, СТРАТЭГІЧНЫ АНАЛІЗ, АСЯРОДДЗЕ АРГАНІЗАЦЫІ

Аб'ектам даследавання з'яўляецца ТАА «Гетц груп».

Прадметам даследавання з'яўляецца маркетынговая стратэгія прадпрыемства.

Мэта дыпломнай работы - распрацоўка рэкамендацый па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі арганізацыі.

У ходзе выканання работы вывучаны тэарэтычныя аспекты маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства, праведзены аналіз бягучай маркетынгавай стратэгіі ТАА «Гетц груп», прапанаваныя напрамкі і шляхі павышэння ўдасканалення маркетынгавай стратэгіі ТАА «Гетц груп».

Пры выкананні работы выкарыстаны метады даследавання: сістэматызацыі і лагічнага абагульнення, таблічны і графічны метады, параўнальнага аналізу, экспертны.

Вынікі работы могуць быць выкарыстаны кіраўніцтвам ТАА «Гетц груп» у дзейнасці прадпрыемства.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная і(або) экалагічная значнасць: укараненне укараненне распрацовак павысіць эфектыўнасць маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства, што прывядзе да павышэння эфектыўнасці дзейнасці.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікі - аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

SUMMARY

The volume of the thesis 104 c., 13 figure, 31 table, 55 sources, 6 apps.

MARKETING STRATEGY, COMPETITIVE ADVANTAGE, STRATEGIC ANALYSIS, ENVIRONMENT

The object of research is LLC "Goetz groups".

The subject of research is the marketing strategy of the enterprise.

The aim of my thesis development of recommendations on improvement of the marketing strategy of the organization.

In the course of work, studied theoretical aspects of marketing strategy of the enterprise, the analysis of the current marketing strategy of LLC "Goetz groups" proposed directions and ways of increasing of improving marketing strategies LLC "Goetz groups".

When performing work used research methods: systematic and logical generalization, tabular and graphical method, the comparative analysis of the expert.

The results can be used by the management of LLC "Goetz groups" in the enterprise.

Technical and economic, social and(or) ecological importance: implementation of development will increase the effectiveness of the marketing strategy of the enterprise, which will increase performance.

The author proves that you are calculating and analytical material correctly and objectively reflects the state of the investigated process and all borrowed from literature and other sources of theoretical, methodological concepts accompanied by links to their authors.
