

Белорусский государственный университет
Экономический факультет
Кафедра международного менеджмента

Реферат к дипломной работе

«Совершенствование маркетинговых стратегий как фактор повышения конкурентоспособности предприятия»

Карпович Екатерина Артуровна
Научный руководитель: к.э.н, доцент Е.А. Семак

2014 г.

РЕФЕРАТ

Карпович Екатерина Артуровна

«Совершенствование маркетинговых стратегий как фактор повышения конкурентоспособности предприятия»

Дипломная работа: 89 с., 9 рис., 17 табл., 51 источник, 4 прил.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ,
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ,
МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА, МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ,
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Цель исследования: на основе маркетингового анализа выработать предложения по совершенствованию маркетинговой стратегии ПЧУП «Каджия».

Объект исследования: маркетинговая стратегия предприятия на примере ПЧУП «Каджия».

Методы исследования: логического, причинно-следственного анализа, сравнительного анализа и синтеза, дедукции и индукции, экспертного подхода, функционального и динамического анализа, графический.

Полученные результаты и их новизна: предложены конкретные пути совершенствования маркетинговой стратегии компании «Каджия», основанные на сопоставлении ряда количественных и качественных факторов.

Область возможного практического применения: возможность повышения эффективности работы ПЧУП «Каджия» и улучшения его финансового положения и конкурентоспособности путем применения предложенных мероприятий по совершенствованию маркетинговой стратегии.

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, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

(подпись студента)

РЭФЕРАТ

Карповіч Кацярына Артураўна

«Удасканаленне маркетынговых стратэгий як фактар павышэння канкурэнтаздольнасці прадпрыемства»

Дыпломная праца : 89 с., 9 мал. , 17 табл., 51 крыніцы , 4 прыкл.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, СТРАТЭГІЧНЫ АНАЛІЗ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СЕРАДА, МАРКЕТЫНГАВЫЯ МЕРАПРЫЕМСТВЫ, СТРАТЭГІЧНАЕ РАЗВІЦЦЕ, ЭКАНАМІЧНАЯ ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ.

Мэта даследавання: на аснове маркетынгавага аналізу выпрацаваць прапановы па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі ВПУП «Каджыя».

Аб'ект даследавання: маркетынгавая стратэгія прадпрыемства на прыкладзе ВПУП «Каджыя».

Метады даследавання: лагічнага, прычынна-следчага аналізу, параўнальнага аналізу і сінтэзу, дэдукцыі і індукцыі, экспертнага падыходу, функцыянальнага і дынамічнага аналізу, графічны.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: прапанаваныя канкрэтныя шляхі ўдасканалення маркетынгавай стратэгіі кампаніі «Каджыя», заснаваныя на супастаўленні шэрагу колькасных і якасных фактараў.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: магчымасць павышэння эфектыўнасці працы ВПУП «Каджыя» і паляпшэння яго фінансавага становішча і канкурэнтаздольнасці шляхам прымянення прапанаваных мерапрыемстваў па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі.

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

(подпіс студэнта)

ANNOTATION

Karpovich Katsiaryna Arturovna

«Improvement of marketing strategies as a factor in increasing the competitiveness of enterprises»

Degree paper: 89 p., 9 ill., 17 tab., 51 sources, 4 app.

Key words: MARKETING STRATEGY, COMPETITIVENESS, STRATEGIC ANALYSIS, MARKETING ENVIRONMENT, MARKETING EFFORT, STRATEGIC DEVELOPMENT, ECONOMIC EFFICIENCY.

Object of research: the marketing strategy of the enterprise by the example PPUE «Cagia».

Purpose of research: based on market analysis, develop proposals for the improvement of the marketing strategy of the company «Cagia».

Research methods: the logical, causal analysis, comparative analysis and synthesis, deduction and induction, expert approach, functional and dynamic analysis, graphical.

Obtained results and their novelty: proposed concrete ways to improve the company's marketing strategy «Cagia» based on the comparison of the number of quantitative and qualitative factors.

Area of possible practical application: the possibility of increasing the efficiency of the company «Cagia» and improve its financial position and competitiveness through the use of the proposed measures for improvement of the marketing strategy.

The author of the work confirms that computational and analytical material presented in it correctly and objectively reproduces the picture of investigated process, and all the theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are given references to their authors .

(student's signature)