**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Центр «Высшая школа бизнеса»**

**Аннотация к магистерской диссертации**

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПАНИИ «ЛАНСОФТ»

СИНИЦИН Александр Геннадьевич

Руководитель

Горлатов Игорь Анатольевич

2014

*Ключевые слова:* СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ИТ-КОМПАНИЯ, АУТСОРСИНГ.

*Объект исследования:* маркетинговая стратегия компании на рынке ИТ-услуг.

Целью данной работы является разработка эффективной маркетинговой стратегии, по продвижению услуг разработки программного обеспечения частного предприятия «Лансофт» на рынке ИТ-услуг.

В работе проведен анализ теоретических основ разработки стратегии предприятия на основе маркетингового подхода, рассмотрены основные инструменты маркетингового анализа, разработаны мероприятия по продвижению услуг «Лансофт» и для укрепления позиций компании на рынке ИТ-услуг.

*Практическая значимость* работы заключается в разработке конкретных мероприятий по продвижению услуг компании «Лансофт» на рынке ИТ-услуг.

*Область возможного практического применения проведенных исследований:* продвижение аутсорсинговых услуг для аналогичных ИТ-компаний (компаний, разрабатывающих программное обеспечение на заказ, небольших по численности, в которых отсутствует служба маркетинга).

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

Содержит 1 страницу текстового материала, 22 таблицы, 11 рисунков, 2 приложения.

Key words: STRATEGY, MARKETING STRATEGY, IT-COMPANY, OUTSOURCING.

Object of research: company's marketing strategy on the IT-services market.

The aim of this work is to develop an effective marketing strategy to promote software development services of private enterprise "Lansoft" on the IT services market.

The paper analyzes the theoretical foundations of the company's development strategy based on the marketing approach and the basic tools of marketing analysis. Activities to promote the "Lansoft" services to strengthen the company's position in the IT-services market have been worked out in the paper.

The practical significance of this work consists in developing specific measures and activities to promote "Lansoft" on the IT-services market.

The area of the possible practical applications of the conducted research: the promotion of outsourcing services for similar IT companies (companies developing software to order, small in size, lacking the marketing department).

The author of the work confirms that computational and analytical materials presented in the work correctly and objectively reflect the state of the process under investigation and all borrowed from the literature theoretical and methodological principles are accompanied by references to their authors.

Contains 81 pages of text material, 22 tables, 11 figures and 2 appendixes.