

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

БРИГАДИН

Александр Анатольевич

**ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПО
ПРОДВИЖЕНИЮ НОВОГО ПРОДУКТА НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат эконом. наук,
профессор В. Г. Булавко

Допущен к защите

«___» _____ 2016 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 66 с., 2 рис., 5 табл., 46 источника.

Ключевые слова: КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГОВЫЕ УСЛУГИ

Объект исследования – маркетинговая стратегия компании Flaxcom.

Цель работы – изучение теоретических основ маркетинговой стратегии организации и путей ее совершенствования в современных условиях хозяйствования, изучение и выявление сильных и слабых сторон организации.

В процессе работы раскрыта сущность и современное значение маркетинга; выявлены особенности, задачи и функции стратегии маркетинга; определены основные маркетинговые стратегии современной организации; сделана общая характеристика компании Flaxcom и проанализированы конкурентная среда исследуемой организации.

Областью возможного практического применения являются рекомендации по совершенствованию маркетинговой стратегии различных организаций, производящих аналогичную продукцию. Элементом научной новизны полученных результатов являются мероприятия, направленные на улучшение маркетинговой стратегии предприятия, что позволит ему расширить клиентскую базу. Такими мероприятиями могут являться: создание базы данных о клиентах, перспективах, источниках ссылок, услугах, доходах, связях и пр.; модернизация веб-сайта.

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

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 66 с., 2 мал., 5 табл., 46 крыніц.

Ключавыя словы: КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, МАРКЕТЫНГ, РЭКЛАМНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, СТРАТЭГІЯ АРГАНІЗАЦЫІ, СТРАТЭГІЧНЫ МЭНЭДЖМЭНТ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ПАСЛУГІ

Аб'ект даследавання - маркетынговая стратэгія кампаніі Flaxcom.

Мэта работы - вывучэнне тэарэтычных асноў маркетынгавай стратэгіі арганізацыі і шляхоў яе ўдасканалення ў сучасных умовах гаспадарання, вывучэнне і выяўленне моцных і слабых бакоў арганізацыі.

У працэсе працы раскрыта сутнасць і сучаснае значэнне маркетынгу; выяўлены асаблівасці, задачы і функцыі стратэгіі маркетынгу; вызначаны асноўныя маркетынжавыя стратэгіі сучаснай арганізацыі; зробленая агульная характарыстыка кампаніі Flaxcom і прааналізаваны канкурэнтнае асяроддзе доследнай арганізацыі.

Вобласцю магчымага практычнага прымянення з'яўляюцца рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі розных арганізацый, якія вырабляюць аналагічную прадукцыю. Элементам навуковай навізны атрыманых вынікаў з'яўляюцца мерапрыемствы, накіраваныя на паляпшэнне маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства, што дазволіць яму пашырыць кліенцкую базу. Такімі мерапрыемствамі могуць з'яўляцца: стварэнне базы дадзеных аб кліентах, перспектывах, крыніцах спасылак, паслугах, даходах, сувязях і інш .; мадэрнізацыя вэб-сайта.

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

ABSTRACT

Diploma work: 66 p., 6 fig., 5 tab., 46 source.

Key words: COMPETITIVENESS, MARKETING, ADVERTISING ACTIVITY, STRATEGY OF ORGANIZATION, STRATEGIC MANAGEMENT, MARKETING SERVICES

Object of study - a marketing strategy of Flaxcom company.

The purpose of the work - the study of the theoretical foundations of marketing strategy of the organization and ways of its improvement in the current economic conditions, the study and identification of the strengths and weaknesses of the organization.

In the process, it reveals the essence and importance of modern marketing; The features, objectives and functions of marketing strategies; the basic marketing strategies of modern organizations; made a general description of the company Flaxcom and analyzed the competitive environment study organization.

The scope of possible practical applications are recommendations for improving the marketing strategies of the various organizations that produce similar products. Elements of scientific novelty of the obtained results are measures aimed at improving the marketing strategy that will allow it to expand its customer base. These activities may include: the establishment of customer databases, prospects, reference sources, services, income, relationships, etc .; modernization of the website.

Author work confirms that resulted in her analytical and billing material correctly and objectively reflects the state of the test question and all borrowed from the literature and other sources, the theoretical and methodological terms and concepts are accompanied by references to their authors.