

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**Кафедра менеджмента и экономики социальной сферы**

**ВАЙТЕХОВИЧ  
РОМАН АНДРЕЕВИЧ**

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ЗАО «ИНТЕРНЕТ  
МАГАЗИН «ЕВРООПТ» КАК ИНСТРУМЕНТ  
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ**

Аннотация к дипломной к работе

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук,  
профессор Руцкий А.В.

Допущена к защите

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

Зав. кафедрой менеджмента и экономики социальной сферы,  
кандидат экономических наук, доцент И.С. Полоник

Минск, 2017

## АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 79 с., 3 рис., 17 таблиц, 55 источников, 1 прилож.

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ, СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ**

**Объект исследования** - ЗАО «Интернет – магазин Евроопт».

**Предмет исследования** - маркетинговая стратегия предприятия.

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

**Методы исследования** - систематизации и логического обобщения, табличный и графический метод, сравнительного анализа, экспертный.

**Исследования и разработки:** изучены теоретические аспекты маркетинговой стратегии предприятия, проведен анализ текущей маркетинговой стратегии ЗАО «Интернет – магазин Евроопт», предложены направления и пути повышения совершенствования маркетинговой стратегии ЗАО «Интернет – магазин Евроопт».

**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.

## ANNOTATION

The volume of the thesis 79 p., 3 Fig., 17 tab., 55 sources 1 app.

MARKETING STRATEGY, COMPETITIVE ADVANTAGE, STRATEGIC ANALYSIS, ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION

**The object of research** is JSC "Internet – shop of Euroopt".

**The subject of the research** is the marketing strategy of the company.

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

**In the course of work** studied the theoretical aspects of marketing strategy, the analysis of the current marketing strategy of ZAO "Internet – shop of Euroopt" proposed directions and ways to enhance the improvement of marketing strategy of ZAO "Internet – shop of Euroopt".

**When the work used research methods:** systematization and logical generalization, tabular and graphical method, comparative analysis, expert.

The results can be used by management of ZAO "Internet – shop of Euroopt" in the enterprise.

**Techno-economic, social and(or) ecological significance:** the implementation of developments will increase the efficiency of marketing strategy, which will improve performance.

The author confirms that there are settlement the analytical material correctly and objectively reflects a condition of researched process, and all borrowed from literary and other sources of theoretical, methodological concepts are accompanied by references to their authors.