

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.