**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ОРШАНСКИЙ ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЙ ЗАВОД»)**

ЛОБАНОВСКАЯ Екатерина Александровна

Руководитель

Ельсуков Владимир Петрович

Кандидат экономических наук, доцент

2017

Дипломная работа: 77 с., 11 рис., 24 табл., 58 источников, 11 прил.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, СЛУЖБА МАРКЕТИНГА, КОНКУРЕНЦИЯ, ЭКСПОРТ, ИМПОРТ, РЫНОК, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ДИЛЕР, ТОВАРОПРОВОДЯЩАЯ СЕТЬ

Объектом данного исследования является открытое акционерное общество «Оршанский инструментальный завод».

Предметом исследования является маркетинговая стратегия открытого акционерного общества «Оршанский инструментальный завод».

Цель работы – разработка маркетинговой стратегии открытого акционерного общества «Оршанский инструментальный завод».

Методы исследования: табличный и графический анализ, сравнительный анализ; статистические методы обработки информации; методы маркетингового исследования; изучение и обобщение литературных источников, систематизация.

Исследования и разработки: рассмотрены теоретические основы формирования маркетинговой стратегии, понятие, элементы и виды маркетинговой стратегии, факторы и технология формирования маркетинговой стратегии; проведен анализ сегмента рынка, анализ маркетинговой деятельности предприятия; разработаны направления совершенствования маркетинговой стратегии.

Технико-экономическая и социальная значимость проведенного исследования заключается в том, что применение его результатов на практике может повысить экономическую эффективность деятельности предприятия.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствования сопровождаются ссылками на их авторов.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Thesis: 77 p., 11 Fig., 24 tab., 58 sources 11 ADJ.

MARKETING STRATEGY, SERVICE MARKETING, COMPETITION, EXPORT, IMPORT, MARKET, MARKETING ACTIVITIES, DEALER DISTRIBUTION NETWORK

**The object** of this research is joint stock company "Orsha tool factory".

**The subject** of the research is the marketing strategy of the open joint stock company "Orsha tool factory".

**The work purpose** – development of marketing strategies open joint stock company "Orsha tool factory".

**Research methods**: a tabular and graphical analysis, comparative analysis; statistical processing methods; methods of marketing research; study and generalization of literary sources, systematization.

**Research and development**: theoretical bases of formation of marketing strategy, concept, elements and types of marketing strategies, factors and the technology of formation of marketing strategy; analysis of market segment, the analysis of marketing activity of the enterprise; developed directions of improvement of marketing strategy.

Technical, economic and social importance of this study is that the use of its results in practice may increase the economic efficiency of the company.

The author confirms that the material correctly and objectively reflects a condition of researched process, and all borrowings are accompanied by references to their authors.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дыпломная праца: 77 с., 11 мал., 24 табл., 58 крыніц, 11 прым.

МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, СЛУЖБА МАРКЕТЫНГУ, КАНКУРЭНЦЫЯ, ЭКСПАРТ, ІМПАРТ, РЫНАК, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, ДЫЛЕР, ТАВАРАПРАВОДНАЯ СЕТКА

**Аб'ектам** дадзенага даследавання з'яўляецца адкрытае акцыянернае таварыства «Аршанскі інструментальны завод».

**Прадметам** даследавання з'яўляецца маркетынгавая стратэгія адкрытага акцыянернага таварыства «Аршанскі інструментальны завод».

**Мэта працы** – распрацоўка маркетынгавай стратэгіі адкрытага акцыянернага таварыства «Аршанскі інструментальны завод».

**Метады даследавання**: таблічны і графічны аналіз, параўнальны аналіз; статыстычныя метады апрацоўкі інфармацыі; метады маркетынгавага даследаванні; вывучэнне і абагульненне літаратурных крыніц, сістэматызацыя.

**Даследаванні і распрацоўкі**: разгледжаны тэарэтычныя асновы фарміравання маркетынгавай стратэгіі, паняцце, элементы і віды маркетынгавай стратэгіі, фактары і тэхналогія фарміравання маркетынгавай стратэгіі; праведзены аналіз сегмента рынку, аналіз маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства; распрацаваны напрамкі ўдасканалення маркетынгавай стратэгіі.

**Тэхніка-эканамічная і сацыяльная значнасць праведзенага даследавання** заключаецца у тым, што прымяненне яго вынікаў на практыцы можа павысіць эканамічную эфектыўнасць дзейнасці прадпрыемства.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычанні суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_