**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «МИНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД №1»)**

ШУШКЕТ Елена Александровна

Руководитель

Догиль Леонид Филиппович

доктор экономических наук, профессор

2017

Объем дипломной работы составляет 90 страниц. Работа содержит 23 рисунка, 18 таблиц, 7 приложений. При написании дипломной работы использовано 60 источников.

КОНКУРЕНЦИЯ, СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, РАЗРАБОТКА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Целью дипломной работы является разработка маркетинговой стратегии для ОАО «Минский молочный завод №1».

Для достижения поставленной цели автором был выделен ряд следующих задач:

* исследовать теоретические аспекты разработки маркетинговой стратегии;
* рассмотреть основные виды маркетинговых стратегий и их применимость в различных условиях функционирования организации;
* исследовать алгоритм оценки эффективности маркетинговой стратегии;
* провести анализ рынка и внешней среды ОАО «Минский молочный завод №1»;
* провести анализ экономической деятельности ОАО «Минский молочный завод №1»;
* разработать маркетинговую стратегию ОАО «Минский молочный завод №1» и обосновать направления реализации маркетинговой стратегии.

Объектом исследования является открытое акционерное общество «Минский молочный завод №1».

Предмет исследования – процесс разработки маркетинговой стратегии организации ОАО «Минский молочный завод №1».

Методы исследования: исторический, монографический, статистико-экономический, графический метод, а также специальные методы и приемы стратегического анализа и разработки стратегии – SWOT-анализ, метод разработки стратегии «МакКинси», матрица М. Портера, матрица ADL и другие.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при разработке маркетинговой стратегии предприятия.

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

The volume of the thesis is 90 pages. The work contains 23 figures, 18 tables, 7 applications. When writing the thesis, 60 sources were used.

COMPETITION, STRATEGY, MARKETING, COMPETITIVENESS, DEVELOPMENT, EFFECTIVENESS

The aim of the thesis is to develop a marketing strategy for OJSC «Minsk Dairy Plant No. 1».

To achieve this goal, the author has identified a number of the following tasks:

* explore the theoretical aspects of developing a marketing strategy;
* consider the main types of marketing strategies and their applicability in different conditions of the organization;
* investigate the algorithm for evaluating the effectiveness of the marketing strategy;
* conduct an analysis of the market and environment of «Minsk Dairy Plant No. 1»;
* conduct an analysis of the economic activity of OJSC «Minsk Dairy Plant No. 1»;
* develop the marketing strategy of OJSC «Minsk Dairy Plant No. 1» and justify the direction of implementing the marketing strategy.

The object of the study is the open joint-stock company «Minsk Dairy Plant No. 1».

The subject of the research is the process of developing the marketing strategy of the organization «Minsk Dairy Plant No. 1».

Methods of research: historical, monographic, statistical and economic, the graphical method, as well as special methods and techniques for strategic analysis and strategy development - SWOT analysis, McKinsey strategy development method, M. Porter matrix, Matrix ADL and others.

Area of possible practical application: the proposed solutions can be used in practice when developing the marketing strategy of the enterprise.

The author acknowledges that some of the material correctly and objectively reflects the state of the investigated process and all borrowings are accompanied by links to their authors.

Аб'ём дыпломнай працы складае 90 старонак. Праца змяшчае 23 малюнка, 18 табліц, 7 прыкладанняў. Пры напісанні дыпломнай працы выкарыстана 60 крыніц.

КАНКУРЭНЦЫЯ, СТРАТЭГIЯ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, РАСПРАЦОЎКА, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца распрацоўка маркетынгавай стратэгіі для ААТ «Мінскі малочны завод №1».

Для дасягнення пастаўленай мэты аўтарам быў вылучаны шэраг наступных задач:

* даследаваць тэарэтычныя аспекты распрацоўкі маркетынгавай стратэгіі;
* разгледзець асноўныя віды маркетынгавых стратэгій і іх дастасавальнасць ў розных умовах функцыянавання арганізацыі;
* даследаваць алгарытм ацэнкі эфектыўнасці маркетынгавай стратэгіі;
* правесці аналіз рынку і знешняй асяроддзя ААТ «Мінскі малочны завод №1";
* правесці аналіз эканамічнай дзейнасці ААТ «Мінскі малочны завод №1";
* распрацаваць маркетынгавую стратэгію ААТ «Мінскі малочны завод №1» і абгрунтаваць напрамкі рэалізацыі маркетынгавай стратэгіі.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца адкрытае акцыянернае таварыства «Мінскі малочны завод №1».

Прадмет даследавання - працэс распрацоўкі маркетынгавай стратэгіі арганізацыі ААТ «Мінскі малочны завод №1».

Метады даследавання: гістарычны, манаграфічны, статыстыка-эканамічны, графічны метад, а таксама спецыяльныя метады і прыёмы стратэгічнага аналізу і распрацоўкі стратэгіі - SWOT-аналіз, метад распрацоўкі стратэгіі «МакКинси», матрыца М. Портера, матрыца ADL і іншыя.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы пры распрацоўцы маркетынгавай стратэгіі 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.