**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»**

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПУТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСВОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ЗАО «АЛЬФА-БАНК»**

ВАРАКСА Екатерина Геннадьевна

Руководитель

Зайковская Татьяна Викентьева,

старший преподаватель

2018

Дипломная работа: 92 c., 19 рис., 18 табл., 31 источник, 6 приложений.

БАНКОВСКИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, PEST-АНАЛИЗ, SWOT-АНАЛИЗ, КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ, КЛИЕНСКИЙ АНАЛИЗ.

Целью дипломной работы является анализ маркетинговой стратегии ЗАО «Альфа-Банк» и разработка мероприятий по её совершенствованию на основе анализа финансового состояния, анализе внутренней и внешней среды, а также на основе изучения теоретических аспектов выбранной темы.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы маркетинговой стратегии организаций;

2. Дать характеристику деятельности компании ЗАО «Альфа-Банк» на банковском рынке.

3. Проанализировать внешнюю и внутреннюю среду организации.

4. Предложить пути оптимизации маркетинговой стратегии ЗАО «Альфа-Банк».

Объектом данного исследования является финансовая организация ЗАО «Альфа-Банк».

Предметом исследования является маркетинговая стратегия ЗАО «Альфа-Банк».

Методы исследования: общенаучные методы исследований: диалектические, системные, аналитические, статистические, маркетинговые, приемы экономико-статистического и экономико-математического анализа.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при повышении экономической эффективности деятельности предприятия.

Автор работы подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературы и других источников теоретические, методологические и методические положение и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная праца: 92 c., 19 мал., 18 табл., 31 крыніца, 6 прыкладанняў.

БАНКАЎСКІЯ ТАВАРЫ І ПАСЛУГІ, маркетынгавыя стратэгіі, PEST-АНАЛІЗ, SWOT-аналіз, канкурэнтнага аналізу, КЛИЕНСКИЙ АНАЛІЗ.

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца аналіз маркетынгавай стратэгіі ЗАТ «Альфа-Банк» і распрацоўка мерапрыемстваў па яе ўдасканаленні на аснове аналізу фінансавага стану, аналізе ўнутранай і знешняй асяроддзя, а таксама на аснове вывучэння тэарэтычных аспектаў абранай тэмы.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. Вывучыць тэарэтычныя асновы маркетынгавай стратэгіі арганізацый;

2. Даць характарыстыку дзейнасці кампаніі ЗАТ «Альфа-Банк» на банкаўскім рынку.

3. Прааналізаваць знешнюю і ўнутраную сераду арганізацыі.

4. Прапанаваць шляхі аптымізацыі маркетынгавай стратэгіі ЗАТ «Альфа-Банк».

Аб'ектам дадзенага даследавання з'яўляецца фінансавая арганізацыя ЗАТ «Альфа-Банк».

Прадметам даследавання з'яўляецца маркетынгавая стратэгія ЗАТ «Альфа-Банк».

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады даследаванняў: дыялектычныя, сістэмныя, аналітычныя, статыстычныя, маркетынгавыя, прыёмы эканоміка-статыстычнага і эканоміка-матэматычнага аналізу.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы пры павышэнні эканамічнай эфектыўнасці дзейнасці прадпрыемства.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратуры і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 92 p., Figures 19, Tables 18, 31 sources, 6 app.

BANKING PRODUCTS AND SERVICES, MARKETING STRATEGY, PEST ANALYSIS, SWOT-ANALYSIS, COMPETITIVE ANALYSIS, CLIENTS ANALYSIS.

The aim of the thesis is the analysis of the marketing strategy of CJSC Alfa-Bank and the development of measures for its improvement based on analysis of the financial condition, analysis of the internal and external environment, and also on the basis of studying the theoretical aspects of the chosen topic.

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

1. To study the theoretical foundations of the marketing strategy of organizations;

2. Describe the activity of Alfa-Bank CJSC in the banking market.

3. Analyze the external and internal environment of the organization.

4. To suggest ways of optimization of the marketing strategy of CJSC Alfa-Bank.

Object of this study is the financial organization of CJSC Alfa-Bank.

Subject of the study is the marketing strategy of ZAO Alfa-Bank.

Methods: general scientific methods of research: dialectical, system, analytical, statistical, marketing, methods of economic-statistical and economic-mathematical analysis.

Area of possible practical application: the proposed solutions can be used in practice while increasing the economic efficiency of the enterprise.

The author of work confirms that the above thesis work in computation and analytical material correctly, and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological position and concepts accompanied by references to their authors.