


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

**Факультет бизнеса
Кафедра бизнес-администрирования**

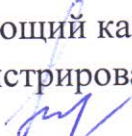
Дипломная работа

**РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ»)**

СОЛДАТКИН Кирилл Алексеевич

Научный руководитель:
кандидат философских наук, доцент
 И.Г. Подпорин

Допущена к защите
«22» мая 2018 г.

Заведующий кафедрой бизнес-
администрирования, к.э.н., доцент
 Ю.Ю. Королев

Минск, 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа 61 стр., рис. 7, таблиц 10, источников 47.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ.

Объектом исследования данной дипломной работы является маркетинговая деятельность ООО «Образовательные системы».

Предметом исследования являются стратегическая позиция и методы маркетинга, используемые в деятельности ООО «Образовательные системы».

Целью дипломной работы является теоретическое обоснование и разработка мероприятий по усовершенствованию маркетинговой стратегии организации.

Методы исследования: общенаучные методы исследования, системный подход; методы анализа маркетинговой среды, методы анализа коммуникативной политики организации.

Исследования и разработки: в работе рассмотрены теоретические основы разработки маркетинговой стратегии; дана общая характеристика и оценка финансовой и маркетинговой политики ООО «Образовательные системы»; разработаны рекомендации по совершенствованию эффективности коммуникативной политики организации посредством изменения рекламной деятельности ООО «Образовательные системы».

Технико-экономическая и социальная значимость состоит в разработке путей совершенствования маркетинговой стратегии ООО «Образовательные системы» посредством внедрения интернет-маркетинга.

Автор подтверждает, что приведённый оригинальный материал корректно отражает состояние исследуемого предмета, а заимствованный материал снабжен соответствующими ссылками.



РЭФЕРАТ

Дыпломная праца 61 стр., мал. 7, табліц 10, крыніц 47.

МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ,
МАРКЕТЫНГАВАЯ ПАЛІТЫКА, РЭКЛАМНАЯ КАМПАНІЯ, ІНТЭРНЭТ-
МАРКЕТЫНГ.

Аб'ектам даследавання дадзенай дыпломнай працы з'яўляецца маркетынговая дзейнасць ТАА “Образовательные системы”.

Прадметам даследаванняў з'яўляюцца стратэгічная пазіцыя і метады маркетынгу, якія выкарыстоўваюцца ў дзейнасці ТАА “Образовательные системы”.


Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца тэарэтычная абгрунтаванне і распрацоўка мерапрыемстваў па ўдасканаленню маркетынгавай стратэгіі арганізацыі.

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады даследавання, сістэмны падыход; метады аналізу маркетынгавага асяроддзя, метады аналізу камунікатыўнай палітыкі арганізацыі.

Даследаванне і распрацоўкі: у працы разгледжаны тэарэтычныя асновы распрацоўкі маркетынгавай стратэгіі; даецца агульная характарыстыка і ацэнка фінансавай і маркетынгавай палітыкі ТАА “Образовательные системы”; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленню эфектыўнасці камунікатыўнай палітыкі арганізацыі пры дапамозе змены рэкламнай дзейнасці ТАА “Образовательные системы”.

Тэхніка-эканамічная і сацыяльная значнасць заключаецца ў распрацоўцы шляхоў удасканалення маркетынгавай стратэгіі ТАА “Образовательные системы” пры дапамозе ўкаранення інтэрнэт-маркетынгу.

Аўтар пацвярджае, што прыведзены арыгінальны матэрыял карэктна адлюстроўвае стан прадмета даследавання, а запазычаны матэрыял пазначаны адпаведнымі спасылкамі.



SUBSTRACT

Thesis 61 p., Figures 7, Tables 10, 47 sources.

MARKETING ACTIVITY MARKETING STRATEGY, MARKETING POLICY, ADVERTISING CAMPAIGN, INTERNET MARKETING.

The object of research of this thesis is the marketing activity of OOO "Educational Systems".

The study of the study is the strategic position and methods of marketing used in the activities of LLC Educational Systems.

The aim of the thesis is theoretical substantiation and development of measures to improve the marketing strategy of the organization.

Methods of research: general scientific research methods, system approach; methods for analyzing the marketing environment, methods for analyzing the communicative policy of the organization.

Research and development: in the paper theoretical foundations of marketing strategy development are considered; the general characteristic and an estimation of financial and marketing policy of Open Company «Educational systems» is given; recommendations were developed to improve the effectiveness of the communicative policy of the organization by changing the advertising activities of LLC Educational Systems.

Technical, economic and social significance consists in developing ways to improve the marketing strategy of OOO "Educational Systems" through the introduction of Internet marketing.

The author confirms that the given original material correctly reflects the state of the object under study, and the borrowed material is provided with appropriate references.

