

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ БИЗНЕСА**

**Кафедра маркетинга**

**АЛЕЙНИКОВ**  
Богдан Игоревич

**РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук,  
доцент Е.В.Хотина

Допущена к защите  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга  
кандидат экономических наук, доцент  
\_\_\_\_\_ Н.В. Черченко

Минск, 2019

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 69 с., 2 рис., 4 табл., 51 источник, 6 прил.

МАРКЕТИНГ, ОЦЕНКА, ПЛАНИРОВАНИЕ, ПОКАЗАТЕЛИ,  
РАЗВИТИЕ, СТРАТЕГИЯ

**Цель исследования:** разработать и обосновать предложения по повышению эффективности маркетинговой стратегии ООО «Фрик Шейк».

**Объект исследования:** маркетинговая стратегия ООО «Фрик Шейк».

**Предмет исследования:** эффективность маркетинговой стратегии бара «Фрик Шейк».

**Методы исследования:** наблюдение, анализ, индукция, дедукция, метод восхождения от абстрактного к конкретному.

**Исследования и разработки:** на основе изучения теоретических вопросов исследования маркетинговой стратегии, определены его особенности и эффективность в баре «Фрик Шейк», предложены пути повышения эффективности.

**Элементы научной новизны:** разработаны предложения по повышению эффективности маркетинговой стратегии.

**Область возможного практического применения:** практический маркетинг ООО «Фрик Шейк»

**Технико-экономическая, социальная значимость:** внедрение предложений повысит эффективность деятельности рассматриваемого предприятия; а в конечном счете – укрепит его конкурентоспособность на высококонкурентном рынке.

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

## РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 69 с., 2 мал., 4 табл., 51 крыніц, 6 дадат.

### МАРКЕТЫНГ, АЦЭНКА, ПЛАНАВАННЕ, ПАКАЗЧЫКІ, РАЗВІЦЦЁ, СТРАТЭГІЯ

**Мэта даследавання:** разрабіць і абгрунтаваць прапановы па павышэнню эфектыўнасці маркетынгавай ТАА «Фрык Шэйк».

**Аб'ект даследавання:** маркетынгавая стратэгія ТАА «Фрык Шэйк».

**Прадмет даследавання:** эфектыўнасць маркетынгавай стратэгіі бара «Фрык Шэйк».

**Метады даследавання:** назіранне, аналіз, індукцыя, дэдукцыя, метады пазыходжання ад абстрактнага да канкрэтнага.

**Даследаванні і разроботкі:** на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў даследавання маркетынгавай стратэгіі, вызначаны яго асаблівасці і эфектыўнасць у бары «Фрык Шэйк», прапанаваны шляхі павышэння эфектыўнасці.

**Элементы навуковай навізны:** распрацаваны прапановы па павышэнні эфектыўнасці маркетынгавай стратэгіі.

**Вобласць магчымага практычнага прымянення:** практычны маркетынг ТАА «Фрык Шэйк»

**Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць:** ўкараненне прапаноў павысіць эфектыўнасць дзейнасці разгляданага прадпрыемства; а ў канчатковым выніку – ўмацуе яго канкурэнтаздольнасць на высокаканкурэнтнай рынку.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

# ESSAY

Graduation project: 69 p., 2 fig., 4 tab., 51 sources, 6 adj.

MARKETING, EVALUATION, PLANNING, INDICATORS,  
DEVELOPMENT, STRATEGY

**The purpose of research:** develop and justify proposals for improving the effectiveness of marketing strategy Freak Shake LLC.

**Object of research:** marketing strategy Freak Shake LLC.

**Subject of research:** the marketing effectiveness of the bar "Freak Sheik."

**Research methods:** observation, analysis, induction, deduction, the method of ascent from the abstract to the concrete.

**Research and development:** based on the study of theoretical issues of marketing strategy research, its features and effectiveness were determined in the Freak Shake bar, the following advices are suggested to improve efficiency.

**Elements of scientific novelty:** proposals have been developed to improve the effectiveness of the marketing strategy.

**Area of possible practical application:** practical marketing of LLC "Freak Sheik"

**Technical, economical and social significances:** the introduction of proposals will increase the efficiency of the enterprise under consideration; and ultimately – will strengthen its competitiveness in a highly competitive market.

The author confirms that the analytical material presented in it objectively reflects the essence of the process being studied, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from different texts and other sources are accompanied by references to their authors.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алфёров, А. В., Бездудная, А. Г. Методы маркетинговой деятельности в учреждениях среднего профессионального образования / А. В. Алфёров, А. Г. Бездудная. – СПб. : СПбГИЭУ, 2014. – 155 с.
2. Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегии : Учебник для вузов / Г. Ассэль. – Москва : ИНФРА-М, 2016. – XII, – 804 с.
3. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд. – Минск : Высшая школа, 2014. – 511 с.
4. Армстронг, Г. В. Введение в маркетинг : учебник / Г. В. Армстронг, Ф. Котлер. – 8-е изд., пер. с англ. – Москва : Вильямс, 2014. – 832 с.
5. Багиев, Г. Л. Маркетинг : учебник / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб. : ООО Питер Пресс, 2015. – 718 с.
6. Березин, И. С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение : учеб. пособие / И. С. Березин. – 3-е изд. – М. : Вершина, 2018. – 480 с.
7. Бронникова, Т. С. Маркетинг : учеб. пособие / Т. С. Бронникова, А. Г. Чернявский. – Таганрог : ТГРУ, 2017. – 103 с.
8. Береза, Е. Н. Формирование маркетинговой стратегии выхода предприятия на зарубежный рынок : Дис. на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Санкт-Петербург, 2018. – 128 с.
9. Гайдаенко, Т. А. Маркетинговое управление. Полный курс MBA. Принципы управленческих решений и российская практика / Т.А. Гайденко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Эксмо, 2016. – 496 с.
10. Ганаева, Е. А. Маркетинг дополнительного образования : Учебно-методическое пособие / Е. А. Ганаева. – Москва : Издательство МГОУ, 2014. – 118 с.
11. Голубков, Е. П. Маркетинг : Словарь-справочник / Е.П. Голубков – Москва : Дело, 2015. – 440 с.
12. Голубков, Е. П. Основы маркетинга : учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство «Финпресс», 2015. – 688 с.
13. Дихтль, Е. Практический маркетинг : Учебное пособие. Пер. с нем. А. М. Макарова, Под ред. И.С. Минко. – Москва : Высшая школа : ИНФРА-М, 2016. – 225 с.
14. Завгородняя, А. В., Ямпольская, Д.О. Маркетинговое планирование. – СПб. : Питер. – 2017. – 352 с.
15. Звездова, А. Б. Маркетинг : стратегия и организация : Учебное пособие. Часть 1 / А. Б. Звездова. – СПб. : Институт дополнительного профессионального образования службы занятости, 2016 – 91 с.

16. Звягинцев, В. Б. Разработка маркетинговой стратегии предприятия и контроль над ее реализацией / В. Б. Звягинцев. – Москва. – 2015. – № 1. – с. 72–81.
17. Воронин, С. В. Формирование товарных знаков и брендов / С. В. Воронин. – Москва : 2016. – 520 с.
18. Каледжян, С. О. Как составить бизнес-план сервисной компании / С.О. Каледжян. – Москва : 2017. – 315 с.
19. Котлер, Ф. О. Основы маркетинга / Ф. О. Котлер. – Москва : Прогресс, 2016. – 496 с.
20. Котлер, Ф. О. Маркетинг менеджмент / Ф. О. Котлер. – Санкт-Петербург, 2018. – 848 с.
21. Коноплев, В. Т. Международный маркетинг / В. Т. Коноплев. – Донецк : Юго-Восток, 2018. – 320 с.
22. Криворотов, В. В. Управление стоимостью : Оценочные технологии в управлении предприятием. Учебное пособие / В.В. Криворотов. – Гриф УМЦ «Профессиональный учебник», Москва, 2014. – 196 с.
23. Катернюк, А. В. Основы современного маркетинга / А. В. Катернюк. – Ростов н /д : Феникс, 2018. – 666 с.
24. Ким, С. А. Маркетинг : Учебное пособие / С. А. Ким. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2018. – 240 с.
25. Котлер, Ф. Основы маркетинга : Пер. с англ. – 2-е Европ. изд. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. – М. : СПб. Издательский дом «Вильямс», 2016. – 944 с.
26. Ландревы, Ж. Теория и практика менеджмента / Перевод с франц. – Т.2. – Москва : МЦ ФЭР, 2016. – 512 с.
27. Маркетинг : Учебник для вузов. 3-е изд. / Под общ. ред. Г. Л. Багиева. – СПб. : Питер, 2015. – 736 с.
28. Маркетинг / Под ред. проф. Э.А. Уткина. – М. : Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2018. – 320 с.
29. Маркетинговая стратегия : курс МВА : пер. с англ. / О. Уолкер мл., Х. Бойд мл., Ж.К. Ларше, Дж. Маллинз. – Москва : Вершина, 2016. – 492 с.
30. Морозова, Г. А. Разработка маркетинговой стратегии / Г.А. Морозова. – Н. Новгород : Издательство Волго-Вятской академии государственной службы, 2014. – 198 с.
31. Минько, Э. В. Основы коммерции : учебное пособие / Э.В. Минько. – Гриф УМО. Гриф УМЦ «Профессиональный учебник». 2015. – 218 с.
32. Маркетинг под ред. проф. Уткина Э. А. – М. : Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 2018. – 320 с.
33. Маркетинг под ред. проф. Романова А. Н. – М. : Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 2015. – 560 с.

34. Моделирование экономических процессов под ред. проф. М. В. Грачевой – Гриф УМО. Гриф УМЦ «Профессиональный учебник», 2016. – 204 с.
35. Барлоу, Д. Сервис, ориентированный на бренд. Новое конкурентное преимущество / Д. Барлоу, П. Стюарт. – М. : Олимп Бизнес, 2015. – 271 с.
36. Быстрова, Т. Ю. Вещь. Форма. Стиль : Введение в философию дизайна / Т. Ю. Быстрова. – Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2014. – 288 с.
37. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации. – Г. Д. Антонов. – Москва. – 2014. – 304 с.
38. Англо-русский словарь : 100 000 слов и выражений / Грибовский В. Ю., Якимов М. В. – СПб. : ИД «Литера», 2014. – 1024 с.
39. Блэк, К. Конкретный и конкретный PR / К. Блэк. – М. : ЭКСМО, 2014 – 270 с.
40. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь : 4-е изд., перераб. и доп. / Б. А. Райзберг. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 480с.
41. Стратегический маркетинг : Учебное пособие / С.Г. Чувакова. – Москва. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2017. – 272 с.
42. Уткин, Э. А. Справочник по маркетингу / Э. А. Уткин. – М. : Издательство ЭКМОС – 2018. – 464 с.
43. Чернов, С. Е. Стратегический маркетинг информационно-консультационных услуг : Монография / С. Е. Чернов. – Москва : ИПК госслужбы, 2016. – 304 с.
44. Чубаков, Г. Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия : методическое пособие / Н.Н. Чубаков. – Минск : ИНФРА – 2015. – 224 с.
45. Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг : стратегический подход / Пер. с англ. под ред. Д.О. Ямпольской. – СПб. : Питер, 2015. – 864 с.
46. Щегорцов, В. А. Маркетинг : Учебник для вузов / В.А. Щегорцов. – Москва. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 447 с.
47. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учеб. пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2015. – 272 с.
48. Marketing.by [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/issledovanie-pokolenie-z-obrashchaetsya-k-video-v-poiskakh-lyuboy-informatsii-ot-vybora-kafe-dlya-sv.> – Дата доступа: 26.03.2019.
49. Webcom-academy [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.webcom-academy.by/help/articles/internet\\_marketing.\\_osnovyi\\_biznesa\\_v\\_internete.html](https://www.webcom-academy.by/help/articles/internet_marketing._osnovyi_biznesa_v_internete.html). – Дата доступа: 02.04.2019.

50. Бизнес портал Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://reestr.by/biznes-i-finansi/243-kanali-raspredelenija.html>. – Дата доступа: 15.03.2019.

51. Выставки Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.minskexpo.com/avtoservis-mechanika-avtokomponenty>. – Дата доступа: 13.04.2019.