

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

**Факультет бизнес - администрирования
Кафедра бизнес - администрирования**

Аннотация

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ЗАО
«ТЕХНОЦЕНТР ПЛЮС»**

КОКОРЕВА Дарья Олеговна

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
Н.К. Мельников

Допущена к защите
«__» _____ 2019 г.

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

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 72 с., 8 рис., 27 табл., 60 источников, 4 прил.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КАРТА, ПРОГНОЗИРОВАНИЕ, ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ТОВАРНАЯ СТРАТЕГИЯ, СБЫТОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ

Цель исследования: определение направлений по совершенствованию маркетинговой стратегии ЗАО «Техноцентр плюс».

Объект исследования: ЗАО «Техноцентр плюс».

Предмет исследования: маркетинговая стратегия ЗАО «Техноцентр плюс».

Методы исследования: анализа и синтеза, графический, табличный, обобщение, методы маркетинговых исследований.

Исследования и разработки: рассмотрена сущность маркетинговой стратегии и ее роль в развитии организации; изучены виды маркетинговых стратегий и их основные характеристики; изучены особенности планирования маркетинговой стратегии; изучена организационно-экономическая характеристика организации; проведен анализ особенностей маркетинговой стратегии организации; проведена оценка эффективности маркетинговой стратегии организации; определены основные мероприятия по совершенствованию маркетинговой стратегии ЗАО «Техноцентр плюс» и оценить их эффективность.

Элементы научной новизны: использованы современные методы прогнозирования емкости рынка и определения масштабов бизнеса.

Область возможного практического применения: разработка маркетинговой стратегии предприятия.

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложенных мероприятий позволит повысить эффективность маркетинговой стратегии ЗАО «Техноцентр плюс».

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.

ABSTRACT

Thesis: 72 p., 8 fig., 27 tab., 60 sources, 4 adj.

MARKETING STRATEGY, STRATEGIC MAP, FORECASTING, PRICE STRATEGY, COMMODITY STRATEGY, SALES STRATEGY, COMMUNICATION STRATEGY

The purpose of the study: identifying areas for improving the marketing strategy of Technocentre plus.

Object of study: ZAO Technocentre plus.

Subject of research: marketing strategy of Technocentre plus.

Research methods: analysis and synthesis, graphical, tabular, generalization, marketing research methods.

Research and development: the essence of the marketing strategy and its role in the development of the organization; studied types of marketing strategies and their main characteristics; studied the features of marketing strategy planning; studied organizational and economic characteristics of the organization; an analysis of the characteristics of the marketing strategy of the organization; assessment of the effectiveness of the marketing strategy of the organization; identified the main measures to improve the marketing strategy of Technocenter plus CJSC and evaluate their effectiveness.

Elements of scientific novelty: Modern methods of market capacity forecasting and scoping are used.

The area of possible practical application: development of an enterprise marketing strategy.

Technical, economic, social significance: introduction of the proposed measures will improve the efficiency of the marketing strategy of Technocenter plus CJSC.

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