

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

КАФЕДРА БИЗНЕС–АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Дипломная работа

**РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ НА
ПРИМЕРЕ ООО «ГИПБЕЛ»**

ВАСИЛЬЕВА Дарья Сергеевна

Научный руководитель:
к. филол. н., доцент
Садовская Е.Ю.

Допущена к защите
«__»_____ 2020 г.

Заведующий кафедрой бизнес-администрирования
доктор экономических наук, профессор
_____ Г.А. Хацкевич

Минск, 2020

Дипломная работа: 70 с., 6 рис., 22 табл., 43 источника, 2 прил.
МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ.

Объект исследования – общество с ограниченной ответственностью «ГиПБел».

Предмет исследования – маркетинговая стратегия в ООО «ГиПБел».

Цель работы – разработка маркетинговой стратегии ООО «ГиПБел».

Методы исследования: общенаучные методы исследований: системные, аналитические, экономико-статистические.

В работе использованы учебные материалы по анализу хозяйственной деятельности, маркетингу и рекламному менеджменту, а также материалы средств массовой информации, статистические материалы, данные объекта исследования и собственные разработки автора.

Исследования и разработки: рассмотрены теоретические основы оценки маркетингового состояния организации: понятие, система показателей и методики оценки, проведена оценка текущего состояния общества с ограниченной ответственностью «ГиПБел», разработаны мероприятия по улучшению маркетинговой составляющей организации и оценен экономический эффект от их внедрения.

Технико-экономическая и социальная значимость проведенного исследования заключается в том, что применение его результатов на практике может повысить экономическую эффективность деятельности организации.

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

Дыпломная праца: 70 с., 6 мал., 22 табл., 43 крыніц, 2 дад.

МАРКЕТЫНГАВЫЯ СТРАТЭГІІ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, РЭКЛАМНЫЯ КАМПАНІІ.

Аб'ектам дадзенага даследавання з'яўляецца прадпрыемства ТАА «ГіПБел».

Прадметам дадзенага даследавання з'яўляецца маркетынговая дзейнасць і стратэгія рэалізацыі ТАА «ГіПБел».

Мэта работы – распрацоўка маркетынгавай стратэгіі на прадпрыемстве ТАА «ГіПБел»

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады даследаванняў: сістэмныя, аналітычныя, эканоміка-статыстычныя.

У працы выкарыстаныя навучальныя матэрыялы па аналізе гаспадарчай дзейнасці, маркетынгу і рэкламнай менеджменце, а таксама матэрыялы сродкаў масавай інфармацыі, статыстычныя матэрыялы, дадзеныя аб'екта даследавання і ўласныя распрацоўкі аўтара.

Даследаванні і распрацоўкі: разгледжаны тэарэтычныя асновы ацэнкі маркетынгавага стану арганізацыі: паняцце, сістэма паказчыкаў і метадыкі ацэнкі, праведзена ацэнка бягучага стану грамадства з абмежаванай адказнасцю «ГіПБел», распрацаваны мерапрыемствы па паляпшэнню маркетынгавай складнікам арганізацыі і ацэнены эканамічны эфект ад іх укаранення.

Тэхніка-эканамічная і сацыяльная значнасць праведзенага даследавання заключаецца ў тым, што прымяненне яго вынікаў на практыцы можа павысіць эканамічную эфектыўнасць дзейнасці арганізацыі.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 70 p., 6 Fig., 22 table., 43 sources, 2 app.

MARKETING STRATEGY, MARKETING ACTIVITIES,
ADVERTISING CAMPAIGN.

The object of this research a limited liability company "GiPBel"..

The subject of this research is marketing activity and the implementation strategy of GiBbel LLC.

The purpose of this work is the development of a marketing strategy at the company LLC "GiPbel".

Research methods: General scientific research methods: dialectic, system, analytical, statistical, marketing.

The paper uses educational materials on management accounting, accounting, financial management, as well as data from the research object and the author's own developments.

Research and development: the theoretical basis for assessing the marketing status of the organization is considered: the concept, system of indicators and assessment methods, the current state of the limited liability company GiBbel is assessed, measures are developed to improve the marketing component of the organization and the economic effect of their implementation is evaluated.

The technical, economic and social significance of the research is that the application of its results in practice can increase the economic efficiency of the organization.

The author of the work confirms that the material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowings are accompanied by references to their authors.