

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотации к дипломной работе

**ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРИМЕРЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ТРАНСПОЗИЦИЯ»**

БЕЛЯЕВА Полина Николаевна

Научный руководитель:
Самусевич Владимир Петрович,
доцент кафедры бизнес-администрирования,
кандидат психологических наук

Минск , 2020

Дипломная работа: 59 с., 12 рис., 18 табл., 50 источников, 2 прил.

МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ, РЕКЛАМА, СБЫТ

Объектом исследования является маркетинговая стратегия предприятия.

Предметом исследования является маркетинговая стратегия предприятия на примере ООО «Транспозиция».

Цель дипломной работы: на основании теоретических исследований рассматриваемой проблемы, анализа ее состояния в ООО «Транспозиция» разработать предложения по совершенствованию организации маркетинговой стратегии организации.

Методы исследования: экономико-статистического анализа, сравнительный, структурный, балансовый.

Исследования и разработки: в процессе работы изучены теоретические основы маркетинговой стратегии предприятия; проведен анализ маркетинговой стратегии предприятия ООО «Транспозиция»; разработаны предложения по совершенствованию организации маркетинговой стратегии ООО «Транспозиция».

Область возможного фактического применения: предложенные мероприятия с некоторой конкретизацией могут быть использованы в работе белорусских предприятий.

В результате проведенного исследования определены пути совершенствования разработки коммуникационной стратегии.

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

Дыпломная праца: 59 с., 12 мал., 18 табл., 50 крыніц, 2 прым.

МАРКЕТЫНГ, СТРАТЭГІЯ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, КІРАВАННЕ ПРАДПРЫЕМСТВАМ, РЭКЛАМА, ЗБЫТ

Аб'ектам даследавання з'яўляецца маркетынговая стратэгія прадпрыемства.

Прадметам даследавання з'яўляецца маркетынговая стратэгія прадпрыемства на прыкладзе ТАА «Транспазіцыя».

Мэта дыпломнай працы: на падставе тэарэтычных даследаванняў разглядаючай праблемы, аналізу яе стану ў ТАА «Транспазіцыя» распрацаваць прапановы па ўдасканаленні арганізацыі маркетынгавай стратэгіі арганізацыі.

Метады даследавання: эканоміка-статыстычнага аналізу, параўнальны, структурны, балансавы.

Даследаванні і распрацоўкі: у працэсе работы вывучаны тэарэтычныя асновы маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства; праведзены аналіз маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства ТАА «Транспазіцыя»; распрацаваны прапановы па ўдасканаленні арганізацыі маркетынгавай стратэгіі ТАА «Транспазіцыя».

Вобласць магчымага фактычнага прымянення: прапанаваныя мерапрыемствы з некаторай канкрэтызацыяй могуць быць выкарыстаны ў працы беларускіх прадпрыемстваў.

У выніку праведзенага даследавання вызначаны шляхі ўдасканалення распрацоўкі камунікацыйнай стратэгіі.

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

Thesis: 59 p., 12 Fig., 18 table., 50 sources, 2 sup.

MARKETING, STRATEGY, MARKETING STRATEGY, ENTERPRISE MANAGEMENT, ADVERTISING, SALES

The object of research is the marketing strategy of the enterprise.

The subject of the research is the marketing strategy of the enterprise on the example of LLC «Transposition».

The purpose of the thesis: on the basis of theoretical research of the problem under consideration, analysis of its state in LLC «Transposition» to develop proposals for improving the organization of the marketing strategy of the organization.

Research methods: economic and statistical analysis, comparative, structural, balance.

Research and development: in the process, explored the theoretical foundations of marketing strategy of the enterprise; analyze the marketing strategy of the company LLC «Transposition»; developed proposals for improving the organization's marketing strategies, LLC «Transposition».

Scope of possible actual application: the proposed measures with some concretization can be used in the work of Belarusian enterprises.

As a result of the research, the ways of improving the development of communication strategy are determined.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodical concepts and provisions borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.