

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ИМПАЙЕР ГРУПП»)**

БОГОМОЛОВА Мария Сергеевна

**Руководитель
Данилова Наталья Сергеевна,
старший преподаватель**

Минск, 2020

Дипломная работа: 69 с., 5 рис., 22 табл., 60 источников, 2 прил.

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

Цель дипломной работы: формирование маркетинговой стратегии ООО «Импайер групп».

В рамках достижения поставленной цели автором были определены следующие задачи: изучить теоретические основы маркетинговой стратегии; проанализировать маркетинговую деятельность ООО «Импайер групп»; сформировать маркетинговую деятельность ООО «Импайер групп».

Объект исследования: маркетинговая деятельность ООО «Импайер групп».

Предмет исследования: организационно-экономические отношения, возникающие в процессе формирования маркетинговой стратегии ООО «Импайер групп».

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

Элементы научной новизны: разработано внедрение новой услуги – студии дизайна.

Область возможного практического применения: разработка маркетинговой стратегии предприятия.

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.

Дыпломная праца: 69 с., 5 мал., 22 табл., 60 крыніц, 2 прым.

Маркетингавыя стратэгіі, стратэгічнае КАРТА, прагназаванне, цэнавай стратэгіі, таварных Стратэгія, збытавых Стратэгія, камунікацыйныя стратэгіі

Мэта дыпломнай працы: фарміраванне маркетингавай стратэгіі ООО «Импайер груп».

Задачы працы: вывучыць тэарэтычныя асновы маркетингавай стратэгіі; прааналізаваць маркетингавую дзейнасць ТОО «Импайер груп»; сфармаваць маркетингавую дзейнасць ТОО «Импайер груп».

Аб'ект даследавання: маркетингавая дзейнасць ТОО «Импайер груп».

Прадмет даследавання: арганізацыйна-эканамічныя адносіны, якія ўзнікаюць у працэсе фарміравання маркетингавай стратэгіі ООО «Импайер груп».

Метады даследавання: аналізу і сінтэзу, графічны, таблічны, абагульненне, метады маркетингавых даследаванняў.

Элементы навуковай навізны: распрацавана ўкараненне новай паслугі - студыі дызайну.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: распрацоўка маркетингавай стратэгіі прадпрыемства.

Аўтар працы 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.

Thesis: 69 p., 5 fig., 22 tab., 60 sources, 2 adj.

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

The purpose of the thesis: the formation of a marketing strategy of LLC “Importer groups”.

Objectives: to study the theoretical foundations of a marketing strategy; to analyze the marketing activities of LLC “Impayer Group”; to form the marketing activities of LLC “Impayer Group”.

Object of study: marketing activities of LLC “Impayer Group”.

Subject of study: organizational and economic relations arising in the process of formation of a marketing strategy of LLC “Impayer groups”.

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

Elements of scientific novelty: the introduction of a new service, a design studio, has been developed.

The field of possible practical application: development of the marketing strategy of the enterprise.

Author of work confirms that the above thesis work in computational and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological position and concepts accompanied by references to their authors