

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ИНСТИТУТ
БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРИМЕРЕ
ООО «СФЕРА БЕЗОПАСНОСТИ»**

БОГОРОДОВА Оксана Александровна

Научный руководитель:
доктор экономических наук,
профессор кафедры бизнес-администрирования
Л. Ф. Догиль

Минск, 2021

Дипломная работа: 57 страниц, 3 иллюстрации, 6 таблиц, 1 диаграмма, 4 приложения, 50 использованных источников;

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ТЕНДЕНЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ, РЕКЛАМА, АНАЛИЗ РЫНКА, ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ.

Цель исследования: Формирование маркетинговой стратегии организации на примере ООО «Сфера безопасности».

Объект исследования: маркетинговая стратегия организации.

Предмет исследования: формирование новой маркетинговой стратегии ООО «Сфера безопасности».

Методы исследования: анализ, расчетно-аналитический, ABC-анализ, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов формирования маркетинговых стратегий, определены сущность, основные виды и тенденции маркетинговых стратегий. Так же определены этапы подготовки и ключевые аспекты в формировании маркетинговой стратегии, подходы к оценке результатов внедрения маркетинговой стратегии, проведен анализ существующей маркетинговой стратегии ООО «Сфера безопасности», дана оценка ожидаемого экономического эффекта от внедрения новой.

Элементы научной новизны: предложено и обосновано формирование новой маркетинговой стратегии организации.

Область возможного применения: практически в маркетинговой деятельности ООО «Сфера безопасности».

Технико-экономическая, социальная значимость: формирование полноценной маркетинговой стратегии укрепит позиции организации на рынке, откроет новые возможности поиска клиентов, а также позволит получить конкурентные преимущества.

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 сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная праца: 57 старонак, 3 ілюстрацыі, 6 табліц, 1 дыяграма, 4 дадатка, 50 скарыстаных крыніц;

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, ТЭНДЭНЦЫІ МАРКЕТЫНГАВЫХ СТРАТЭГІЙ, РЭКЛАМА, АНАЛІЗ РЫНКУ, ФАРМІРАВАННЕ НОВАЙ МАРКЕТЫНГАВАЙ СТРАТЭГІІ.

Мэта даследавання: фарміраванне маркетынгавай стратэгіі арганізацыі на прыкладзе ТАА «Сфера бяспекі».

Аб'ект даследавання: маркетынгавая стратэгія арганізацыі.

Прадмет даследавання: фарміраванне новай маркетынгавай стратэгіі ТАА «Сфера бяспекі».

Метады даследавання: аналіз, разлікова-аналітычны, АВС-аналіз, SWOT-аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў фарміравання маркетынгавых стратэгий, вызначаны сутнасць, асноўныя віды і тэндэнцыі маркетынгавых стратэгий. Гэтак жа вызначаны этапы падрыхтоўкі і ключавыя аспекты ў фарміраванні маркетынгавай стратэгіі, падыходы да ацэнкі вынікаў ўкаранення маркетынгавай стратэгіі, праведзены аналіз існуючай маркетынгавай стратэгіі ТАА «Сфера бяспекі», дадзена ацэнка чаканага эканамічнага эфекту ад укаранення новай.

Элементы навуковай навізны: прапанавана і абгрунтавана фарміраванне новай маркетынгавай стратэгіі арганізацыі.

Вобласць магчымага прымянення: практычна ў маркетынгавай дзейнасці ТАА «Сфера бяспекі».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: фарміраванне паўнаўладнаснай маркетынгавай стратэгіі ўмацуе пазіцыі арганізацыі на рынку, адкрые новыя магчымасці пошуку кліентаў, а таксама дасць магчымасць атрымаць канкурэнтныя перавагі.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычання з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 57 pages, 3 illustrations, 6 tables, 1 diagram, 4 appendices, 50 used sources;

MARKETING, MARKETING STRATEGY, TRENDS IN MARKETING STRATEGIES, ADVERTISING, MARKET ANALYSIS, CREATING OF A NEW MARKETING STRATEGY.

Purpose of the research: creation of the marketing strategy of the organization on the example of "Sphere of Security" LLC.

Research object: marketing strategy of the organization.

Subject of research: the creation of a new marketing strategy for "Sphere of Security" LLC.

Research methods: analysis, calculation and analytical, ABC analysis, SWOT analysis.

Research and development: based on the study of theoretical issues of the creation of marketing strategies, the essence, main types and trends of marketing strategies are determined. The stages of preparation and key aspects in the creation of a marketing strategy, approaches to assessing the results of the implementation of a marketing strategy, an analysis of the existing marketing strategy of "Sphere of Security" LLC, an assessment of the expected economic effect from the introduction of a new one are also determined.

Elements of scientific novelty: the creation of a new marketing strategy of the organization is proposed and substantiated.

Possible applying area: practically in the marketing activities of "Sphere of Security" LLC.

Techno-economic, social significance: the formation of a full-fledged marketing strategy will strengthen the organization's position in the market, open up new opportunities for finding customers, and also allow it to gain competitive advantages.

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 borrowed from literary and other sources are accompanied by links to their authors.