

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

Кафедра бизнес-администрирования

Аннотация к дипломной работе

**РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ НА
ПРИМЕРЕ ЗАО «МТБАНК»**

Калинина Виктория Николаевна

Руководитель
Мельников Николай Кондратьевич
кандидат экономических наук, доцент

2022

Дипломная работа: 82 с., 10 рис., 10 табл., 55 источников, 3 прил.

МАРКЕТИНГ, БАНКИ, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ, ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ЦИФРОВОЙ БАНКИНГ, ВАЛЮТНО-ОБМЕННЫЙ ТЕРМИНАЛ

Целью дипломной работы является разработка предложений по совершенствованию маркетинговых стратегий ЗАО «МТБанк».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить понятие, сущность и классификацию маркетинговых стратегий в организации;
2. Выделить этапы разработки маркетинговой стратегии в организации;
3. Исследовать зарубежный подход к разработке маркетинговой стратегии в организации;
4. Дать организационно-экономическую характеристику зао «мтбанк»;
5. Провести анализ маркетинговых стратегий, применяемых в зао «мтбанк»;
6. Предложить направления совершенствования маркетинговой стратегии зао «мтбанк».

Объект исследования: стратегический маркетинг.

Предметом исследования является разработка и совершенствование маркетинговых стратегий в ЗАО «МТБанк».

Методы исследования: расчетно-аналитический, системно-структурный, экономико-статистический, аналогия, swot-анализ, «пять рыночных сил конкуренции».

Область возможного практического применения: маркетинговая служба ЗАО «МТБанк».

Автор работы подтверждает, что приведенные в ней фактические и расчетно-аналитические материалы правильно и объективно отражают состояние организации, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и практические разработки сопровождаются ссылками на авторов.

Дыпломная праца: 82 с., 10 мал., 10 табл., 55 крыніц, 3 прым.

МАРКЕТЫНГ, БАНКІ, СТРАТЭГІЧНЫ МАРКЕТЫНГ, ІНАВАЦЫЙНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, ЛІЧБАВЫ БАНКІНГ, ВАЛЮТНА-АБМЕННЫ ТЭРМІНАЛ

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца распрацоўка прапаноў па ўдасканаленні маркетынговых стратэгий ЗАТ «МТБанк».

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўленыя наступныя задачы:

1. Вывучыць паняцце, сутнасць і класіфікацыю маркетынговых стратэгий у арганізацыі;
2. Вылучыць этапы распрацоўкі маркетынгавай стратэгіі ў арганізацыі;
3. Даследаваць замежны падыход да распрацоўцы маркетынгавай стратэгіі ў арганізацыі;
4. Даць арганізацыйна-эканамічную характарыстыку ЗАТ «МТБанк»;
5. Правесці аналіз маркетынговых стратэгий, якія ўжываюцца ў ЗАТ «МТБанк»;
6. Прапанаваць напрамкі ўдасканалення маркетынгавай стратэгіі ЗАТ «МТБанк».

Аб'ект даследавання: стратэгічны маркетынг.

Прадметам даследавання з'яўляецца распрацоўка і удасканаленне маркетынговых стратэгий у ЗАТ «МТБанк».

Метады даследавання: разлікова-аналітычны, сістэмна-структурны, эканоміка-статыстычны, аналогія, swot-аналіз, «пяць рынкавых сіл канкурэнцыі».

Вобласць магчымага практычнага прымянення: маркетынгавая служба ЗАТ «МТБанк».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзеныя ў ёй фактычныя і разлікова-аналітычныя матэрыялы правільныя і аб'ектыўныя адлюстроўваюць стан арганізацыі, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і практычныя распрацоўкі суправаджаюцца спасылкамі на аўтараў.

Thesis: 82 p., 10 figures, 10 tables, 55 sources, 3 adj.

MARKETING, BANKS, STRATEGIC MARKETING, INNOVATIVE TECHNOLOGIES, DIGITAL BANKING, CURRENCY EXCHANGE TERMINAL

The purpose of the thesis is to develop proposals for improving the marketing strategies of CJSC «MTBank».

In order to achieve this goal, the author set the following tasks:

1. To study the concept, essence and classification of marketing strategies in the organization;
2. Identify the stages of developing a marketing strategy in the organization;
3. To explore a foreign approach to the development of a marketing strategy in the organization;
4. Give the organizational and economic characteristics of CJSC «MTBank»;
5. To analyze the marketing strategies used in CJSC «MTBank»;
6. Propose directions for improving the marketing strategy of CJSC «MTBank».

The object of research: strategic marketing.

The subject of the research is the development and improvement of marketing strategies in CJSC «MTBank».

Research methods: computational-analytical, system-structural, economic-statistical, analogy, swot analysis, "five market forces of competition".

Scope of possible practical application: marketing service of CJSC «MTBank».

The author of the work confirms that the factual and computational and analytical materials given in it correctly and objectively reflect the state of the organization, and all theoretical, methodological and methodological provisions and practical developments borrowed from literary and other sources are accompanied by references to the authors.