

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ООО «БЕЛ ФУД СЕРВИС»**

КУЦАЕВ Егор Андреевич

**Руководитель
Гончаренок Диана Георгиевна,
старший преподаватель**

Минск, 2023

Дипломная работа: 71 с., 10 рис., 14 табл., 43 источника, 4 прил.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, РЫНОЧНАЯ СРЕДА, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Цель исследования: разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии в ООО «Бел Фуд Сервис» на основе информационных технологий.

Объектом исследования является ООО «Бел Фуд Сервис».

Предметом исследования является маркетинговая стратегия ООО «Бел Фуд Сервис».

Методы исследования: монографический, аналитический метод, а также общенаучные методы.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы разработки маркетинговой стратегии предприятия, проведено исследование маркетинговой стратегии ООО «Бел Фуд Сервис», разработаны предложения по повышению эффективности маркетинговой стратегии ООО «Бел Фуд Сервис».

Элементы научной новизны: предложены направления совершенствования маркетинговой стратегии в ООО «Бел Фуд Сервис» на основе информационных технологий.

Технико-экономическая, социальная и (или) экологическая значимость: внедрение предложенных мероприятий будет способствовать повышению эффективности деятельности ООО «Бел Фуд Сервис».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетноаналитический материал правильно и 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.

Thesis: 71 p., 10 fig., 14 table., 43 sources, 4 app.

MARKETING, MARKETING ACTIVITY, MARKETING STRATEGY,
MARKET ENVIRONMENT, STRATEGIC MANAGEMENT

The purpose of the thesis is to develop recommendations for improving the marketing strategy in Bel Food Service LLC based on information technology.

The object of the study is Bel Food Service LLC.

The subject of the research is the marketing strategy of Bel Food Service LLC.

Research methods: monographic, analytical method, as well as general scientific methods.

Research and development: the theoretical foundations of the development of the marketing strategy of the enterprise have been studied, a study of the marketing strategy of Bel Food Service LLC has been conducted, proposals have been developed to improve the effectiveness of the marketing strategy of Bel Food Service LLC.

Elements of scientific novelty: the directions of improving the marketing strategy in Bel Food Service LLC based on information technologies are proposed.

Technical, economic, social and (or) environmental significance: the implementation of the proposed measures will contribute to improving the efficiency of the activities of Bel Food Service LLC.

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

Дыпломная праца: 71 с., 10 мал., 14 табл., 43 крыніцы, 4 прым.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, РЫНКАВАЕ АСЯРОДДЗЕ, СТРАТЭГІЧНАЕ КІРАВАННЕ

Мэта даследавання: распрацоўка рэкамендацый па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі ў ТАА «Бел Фуд сэрвіс» на аснове інфармацыйных тэхналогій.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца ТАА «Бел Фуд сэрвіс».

Прадметам даследавання з'яўляецца маркетынговая стратэгія ТАА «Бел Фуд сэрвіс».

Метады даследавання: манаграфічны, аналітычны метады, а таксама агульнанавуковыя метады.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучаны тэарэтычныя асновы распрацоўкі маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства, праведзена даследаванне маркетынгавай стратэгіі ТАА «Бел Фуд сэрвіс», распрацаваны прапановы па павышэнню эфектыўнасці маркетынгавай стратэгіі ТАА «Бел Фуд сэрвіс».

Элементы навуковай навізны: прапанаваны напрамкі ўдасканалення маркетынгавай стратэгіі ў ТАА «Бел Фуд сэрвіс» на аснове інфармацыйных тэхналогій.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная і (або) экалагічная значнасць: укараненне прапанаваных мерапрыемстваў будзе спрыяць павышэнню эфектыўнасці дзейнасці ТАА «Бел Фуд сэрвіс».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй расцётнааналітычскі матэрыял правільна і 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.