

**STATE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT
"SCHOOL OF BUSINESS OF THE BELARUSIAN STATE
UNIVERSITY"**

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Thesis abstract

**DEVELOPMENT OF ORGANIZATION'S MARKETING STRATEGY
(USING THE EXAMPLE OF LLC "ALMA-DENT")**

ANDROSOV Alexander Evgenyevich

Supervisor
Golda Olga
Senior Lecturer

Minsk, 2024

Дипломная работа: 71 с., 21 рис., 10 табл., 58 источников, 6 прил.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, SWOT-АНАЛИЗ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ФУНКЦИИ, АНАЛИЗ КОМПАНИИ, КОЭФФИЦИЕНТ КОНВЕРСИИ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ.

Цель исследования: увеличить прибыль компании за счет расширения клиентской базы на основе разработки маркетинговой стратегии.

Объект исследования: ООО "АЛЬМА-ДЕНТ".

Предмет исследования: организация маркетинговой стратегии ООО "АЛЬМА-ДЕНТ".

Методы исследования: анализ, расчетно-аналитическая работа, SWOT-анализ, тестирование.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов организации маркетинговой стратегии определены сущность, современные подходы к осуществлению маркетинговой деятельности и оценке результатов ее реализации, проведен анализ маркетинговой стратегии ООО "АЛЬМА-ДЕНТ", предложены пути ее совершенствования. и анализируется их эффективность.

Элементы научной новизны: научная новизна работы заключается в том, что она была предложена и апробирована с целью привлечения дополнительных клиентов и улучшения финансовых показателей на медицинском рынке за счет совершенствования маркетинговой стратегии.

Область возможного применения: практическое применение в маркетинговой деятельности ООО "АЛЬМА-ДЕНТ".

Технико-экономическая, социальная значимость: разработка и цифровизация маркетинговой стратегии позволят компании повысить отдачу от инвестиций в рекламу, стать более стабильной по отношению к внешним факторам и занять более прочные позиции на рынке стоматологических услуг.

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 работа: 71 с., 21 мал., 10 табл., 58 крыніц, 6 дадаткаў.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, SWOT-АНАЛІЗ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ФУНКЦЫІ, АНАЛІЗ КАМПАНІІ, КАЭФІЦЫЕНТ КАНВЕРСІІ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ МАРКЕТЫНГАВАЙ СТРАТЭГІІ.

Мэта даследавання: павялічыць прыбытак кампаніі кошт пашырэння кліенцкай базы на аснове распрацоўкі маркетынгавай стратэгіі.

Аб'ект даследавання: ТАА "АЛЬМА-ДЕНТ"

Прадмет даследавання: арганізацыя маркетынгавай стратэгіі ТАА "АЛЬМА-ДЕНТ".

Метады даследавання: аналіз, разлікова-аналітычная праца, SWOT-аналіз, тэставанне.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў арганізацыі маркетынгавай стратэгіі вызначаны сутнасць, сучасныя падыходы да ажыццяўлення маркетынгавай дзейнасці і ацэнцы вынікаў яе рэалізацыі, праведзены аналіз маркетынгавай стратэгіі ТАА "АЛЬМА-ДЕНТ", прапанаваны шляхі яе ўдасканалення і аналізуецца іх эфектыўнасць.

Элементы навуковай навізны: навуковая навізна працы заключаецца ў тым, што яна была прапанаваная і апрабавана з мэтай прыцягнення дадатковых кліентаў і паляпшэння фінансавых паказчыкаў на медыцынскім рынку за кошт удасканалення маркетынгавай стратэгіі.

Вобласць магчымага прымянення: практычнае прымяненне ў маркетынгавай дзейнасці ТАА "АЛЬМА-ДЕНТ".

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: распрацоўка і цыфравізацыі маркетынгавай стратэгіі дазваляць кампаніі павысіць аддачу ад інвестыцый у рэкламу, стаць больш стабільнай у адносінах да знешніх фактараў і заняць больш трывалыя пазіцыі на рынку стаматалагічных паслуг.

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

Thesis: 71 p., 21 figures, 10 tables, 58 sources, 6 appendices.

MARKETING, MARKETING STRATEGY, SWOT-ANALYSIS, MARKETING FUNCTIONS, COMPANY'S ANALYSIS, CONVERSION RATE, EFFICIENCY OF MARKETING STRATEGY.

The purpose of this graduate work: is to increase company's profits by expanding the customer base based on the development of marketing strategy.

The subject: LLC "ALMA-DENT".

The research object: the organization of marketing strategy of LLC "ALMA-DENT".

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

Research and development: based on the study of theoretical issues of the organization of marketing strategy, the essence, modern approaches to the implementation of marketing activities and the evaluation of the results of its implementation are determined, the analysis of the marketing strategy of LLC "ALMA-DENT" is carried out, ways of its improvement are proposed and their effectiveness is analyzed.

Elements of scientific novelty: the scientific novelty of the work consists in the fact that it was proposed and tested to attract additional customers and improve financial indicators in the medical market through improving the marketing strategy.

Scope of possible application: practical application in the marketing activities of LLC "ALMA-DENT".

Technical, economic, social significance: the development and digitalization of the marketing strategy will allow the company to improve the return on investment from advertising, become more stable in relation to external factors, and take a stronger position in the dental services market.

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 references to their authors.