

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

КОЗЫРЕВ Владислав Александрович

**РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ «КРОСС-ПРОДАЖИ»
(НА ПРИМЕРЕ ЗАО «АЛЬФА-БАНК»)**

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель:
Евменчик Оксана Сергеевна
старший преподаватель

Минск, 2025

Дипломная работа: 70 с., 9 рис., 9 табл., 50 источников, 2 прил.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КОНКУРЕНЦИЯ,
МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, АНАЛИЗ, МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ
ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, УДЕРЖАНИЕ
КЛИЕНТОВ, АНАЛИТИКА, ПРОДВИЖЕНИЕ.

Цель исследования: разработать маркетинговую стратегию «КРОСС-ПРОДАЖИ» для ЗАО «АЛЬФА-БАНК», а также произвести оценку ее эффективности и рисков.

Объект исследования: ЗАО «АЛЬФА-БАНК».

Предмет исследования: маркетинг и маркетинговая стратегия.

Методы исследования: анализ и синтез, структурирование и систематизация материала, табличный метод, системный подход, расчетно-аналитический.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических и практических вопросов конкурентоспособности и эффективности, изучения их видов и методик расчета, а также на основе проведенного экономического анализа показателей эффективности, рентабельности и конкурентоспособности предложена маркетинговая стратегия для повышения уровня конкурентоспособности организации за счет использования различных методов продвижения. Также дана оценка ожидаемого экономического эффекта.

Элементы научной новизны: предложена и обоснована маркетинговая стратегия для повышения уровня конкурентоспособности за счет использования стратегии «Кросс-продажи».

Область возможного применения: маркетинговая стратегия может быть использована в деятельности ЗАО «АЛЬФА-БАНК».

Технико-экономическая, социальная значимость: реализация рекомендаций автора будет способствовать повышению уровня узнаваемости, а, следовательно, конкурентоспособности ЗАО «АЛЬФА-БАНК».

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 теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная праца: 70 с., 9 мал., 9 табл., 50 крыніц, 2 прым.

КАНКУРЭНТАСПОСОБНАСЦЬ, КАНКУРЭНЦЫЯ,
МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, АНАЛІЗ, МЕРАПРЫЕМСТВА ДЛЯ
ПАВЫШЭННЯ ЎЗРОЎНЯ КОНКУРЭНТАСПОСОБНАСЦІ, УТРЫМАННЕ
КЛІЕНТАЎ, АНАЛІТЫКА, ПРОДВИЖЕНИЕ.

Мэта даследавання: распрацаваць маркетынгавую стратэгію «крос-продажу» для ЗАТ «АЛЬФА-БАНК», а таксама вырабіць ацэнку яе эфектыўнасці і рызык.

Аб'ект даследавання: ЗАТ «АЛЬФА-БАНК».

Прадмет даследавання: маркетынг і маркетынгавая стратэгія.

Метады даследавання: аналіз і сінтэз, структураванне і сістэматызацыя матэрыялу, таблічны метады, сістэмны падыход, разлікова-аналітычны.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных і практычных пытанняў канкурэнтаздольнасці і эфектыўнасці, вывучэння іх відаў і метадаў разліку, а таксама на аснове праведзенага эканамічнага аналізу паказчыкаў эфектыўнасці, рэнтабельнасці і канкурэнтаздольнасці прапанавана маркетынгавая стратэгія для павышэння ўзроўню канкурэнтаздольнасці арганізацыі за кошт выкарыстання розных метадаў прасоўвання. Таксама дадзена ацэнка чаканага эканамічнага эфекту.

Элементы навуковай навізны: прапанавана і абгрунтавана маркетынгавая стратэгія для павышэння ўзроўню канкурэнтаздольнасці за кошт выкарыстання стратэгіі «Крос-продажу».

Вобласць магчымага прымянення: маркетынгавая стратэгія можа быць выкарыстана ў дзейнасці ЗАТ «АЛЬФА-БАНК».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: рэалізацыя рэкамендацый аўтара будзе садзейнічаць павышэнню ўзроўню пазнавальнасці, а, такім чынам, канкурэнтаздольнасці ЗАТ «АЛЬФА-БАНК».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны 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.

Thesis: 70 p., 9 figures, 9 tables, 50 sources, 2 appendices.

COMPETITIVENESS, COMPETITION, MARKETING STRATEGY, ANALYSIS, MEASURES TO INCREASE THE LEVEL OF COMPETITIVENESS, CUSTOMER RETENTION, ANALYTICS, PROMOTION.

Purpose of the research: to develop a marketing strategy «CROSS-SELL» for CJSC «ALFA-BANK», as well as to assess its effectiveness and risks.

Object of research: CJSC «ALFA-BANK».

Subject of the research: marketing and marketing strategy.

Methods of research: analysis and synthesis, structuring and systematization of material, tabular method, system approach, calculation and analytical.

Research and development: based on the study of theoretical and practical issues of competitiveness and efficiency, the study of their types and methods of calculation, as well as based on the economic analysis of efficiency, profitability and competitiveness indicators, the marketing strategy to increase the level of competitiveness of the organization through the use of various methods of promotion is proposed. Also, the estimation of the expected economic effect is given.

Elements of scientific novelty: the marketing strategy for increasing the level of competitiveness through the use of the strategy «Cross-selling» is proposed and justified.

Area of possible application: marketing strategy can be used in the activity of CJSC «ALFA-BANK».

Technical-economic, social significance: implementation of the author's recommendations will contribute to increasing the level of recognizability, and, consequently

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