

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «КСЕН-РИ»)**

КЛИМОВИЧ Карина Михайловна

Научный руководитель:
кандидат психологических наук,
доцент В.П.Самусевич

Минск, 2025

Дипломная работа: 65 с., 5 рис., 15 таб., 55 источников, 5 прил.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ПРОДУКТОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ, КАНАЛЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Цель исследования: исследование маркетинговой стратегии ООО «Ксен-Ри» и разработка предложений по её совершенствованию для повышения эффективности деятельности компании в условиях современной конкуренции.

В рамках достижения цели работы автором были поставлены следующие задачи:

1) проанализировать различные подходы к понятию «стратегия» и определить ее роль в деятельности организации.

2) рассмотреть классификацию маркетинговых стратегий организации для более глубокого понимания их разнообразия и применимости.

3) изучить процесс разработки маркетинговой стратегии организации, включая этапы и ошибки, возникающие во время ее разработки.

4) предоставить организационно-экономическую характеристику ООО «Ксен-Ри» для анализа ее текущего положения на рынке.

5) проанализировать внутреннюю маркетинговую среду объекта исследования, выявить его сильные и слабые стороны.

6) оценить факторы внешней среды, которые могут оказывать влияние на разработку маркетинговой стратегии организации ООО «Ксен-Ри».

7) исследовать конкурентную позицию предприятия на рынке, определить ее преимущества и недостатки по сравнению с конкурентами.

8) разработать маркетинговую стратегию и составить план мероприятий по ее реализации для объекта исследования.

Объект исследования: маркетинговая стратегия ООО «Ксен-Ри».

Предмет исследования: теоретические и практические аспекты совершенствования маркетинговой стратегии предприятия на примере ООО «Ксен-Ри».

Методы исследования: анализ и синтез, системный и комплексный подход, SWOT-анализ, графические методы, сравнительный и расчетно-аналитический методы.

Область возможного применения: практические рекомендации в деятельности ООО «Ксен-Ри».

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: 65 с., 5 мал., 15 табл., 55 крыніц, 5 дад.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, ПРАДУКТОВАЯ СТРАТЭГІЯ, ЦЭНАВАЯ СТРАТЭГІЯ, ПРАСОЎВАННЕ, КАНАЛЫ РАСПАЎСЮДЖВАННЯ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ

Мэта даследавання: даследаванне маркетынгавай стратэгіі ТАА «Ксен-Рі» і распрацоўка прапаноў па яе ўдасканаленні з мэтай павышэння эфектыўнасці дзейнасці арганізацыі ва ўмовах сучаснага канкурэнтнага асяроддзя.

У рамках дасягнення мэты працы аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- 1) прааналізаваць розныя падыходы да паняцця «стратэгія» і вызначыць яе ролю ў дзейнасці арганізацыі;
- 2) разгледзець класіфікацыю маркетынгавых стратэгий арганізацыі для больш глыбокага разумення іх разнастайнасці і прымяняльнасці;
- 3) вывучыць працэс распрацоўкі маркетынгавай стратэгіі арганізацыі, уключаючы этапы і памылкі, што ўзнікаюць падчас яе фарміравання;
- 4) прадставіць арганізацыйна-эканамічную характарыстыку ТАА «Ксен-Рі» для аналізу яе бягучага становішча на рынку;
- 5) прааналізаваць унутранае маркетынгавае асяроддзе аб'екта даследавання, вызначыць яго моцныя і слабыя бакі;
- 6) ацаніць фактары знешняга асяроддзя, якія могуць уплываць на распрацоўку маркетынгавай стратэгіі ТАА «Ксен-Рі»;
- 7) даследаваць канкурэнтную пазіцыю прадпрыемства на рынку, вызначыць яго перавагі і недахопы ў параўнанні з канкурэнтамі;
- 8) распрацаваць маркетынгавую стратэгію арганізацыі і скласці план мерапрыемстваў па яе рэалізацыі для аб'екта даследавання, абапіраючыся на атрыманыя вынікі аналізу.

Аб'ект даследавання: маркетынгавая стратэгія ТАА «Ксен-Рі».

Прадмет даследавання: тэарэтычныя і практычныя аспекты ўдасканалення маркетынгавай стратэгіі арганізацыі на прыкладзе ТАА «Ксен-Рі».

Метады даследавання: аналіз і сінтэз, сістэмны і комплексны падыходы, SWOT-аналіз, графічныя метады, параўнальны і разлікова-аналітычны метады, вывучэнне дакументацыі і ўнутранай справаздачнасці прадпрыемства.

Вобласць магчымага прымянення: практычныя рэкамендацыі ў дзейнасці ТАА «Ксен-Рі».

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 суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 65 p., 5 fig., 15 tab., 55 sources, 5 app.

MARKETING, MARKETING STRATEGY, PRODUCT STRATEGY, PRICING STRATEGY, PROMOTION, DISTRIBUTION CHANNELS, COMPETITIVENESS

The purpose of the study: to study the marketing strategy of LLC «Ksen-Ri» and to develop proposals for its improvement in order to enhance the company's performance in the context of a modern competitive environment.

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

- 1) To analyze various approaches to the concept of "strategy" and determine its role in the organization's activities.
- 2) To review the classification of marketing strategies of an organization for a deeper understanding of their diversity and applicability.
- 3) To study the process of developing a marketing strategy, including its stages and common mistakes that occur during its formulation.
- 4) To provide an organizational and economic overview of LLC «Ksen-Ri» for analyzing its current market position.
- 5) To analyze the internal marketing environment of the research object and identify its strengths and weaknesses.
- 6) To assess the external environmental factors that may influence the development of the marketing strategy for LLC «Ksen-Ri».
- 7) To investigate the company's competitive position in the market and determine its advantages and disadvantages compared to competitors.
- 8) To develop a marketing strategy for the organization and create an action plan for its implementation based on the analysis results.

Object of study: the marketing strategy of LLC «Ksen-Ri».

Subject of the study: theoretical and practical aspects of improving the marketing strategy of the enterprise based on the case of LLC «Ksen-Ri».

Research methods: analysis and synthesis, system and integrated approaches, SWOT analysis, graphical methods, comparative and analytical methods.

Area of possible application: practical recommendations in the activities of LLC «Ksen-Ri».

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