

**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 «НАШ ШЭМРОК»)**

РЕУТ Алина Александровна

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

Минск, 2025

Дипломная работа: 77 с., 14 рис., 17 табл., 50 источников, 3 прил.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, АНАЛИЗ, ОЦЕНКА, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Цель исследования: исследование маркетинговой деятельности и разработка мероприятий, направленных на совершенствование маркетинговой стратегии в ООО «Наш Шэмпрок» в целях повышения уровня конкурентоспособности и оптимизации показателей финансовой деятельности.

В рамках достижения цели работы автором были поставлены следующие задачи:

зучить сущность маркетинговой стратегии и ее значение в деятельности организации

ассмотреть организацию и методики разработки маркетинговых стратегий организации

ровести анализ организационно-экономической характеристики ООО «Наш Шэмпрок»

ровести оценку результативности маркетинговой стратегии организации ООО «Наш Шэмпрок»

ыбрать, обосновать и внедрить маркетинговые мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности ООО «Наш Шэмпрок»

существить оценку эффективности предлагаемых мероприятий и их влияние на стратегию продвижения ООО «Наш Шэмпрок»

Объект исследования: деятельность ООО «Наш Шэмпрок».

Предмет исследования: маркетинговые стратегии, используемые в ООО «Наш Шэмпрок», а также направления их совершенствования.

Методы исследования: методы сопоставления, сравнения, группировки, графического представления, табличного представления, относительных и абсолютных величин, математического моделирования.

Область возможного применения: в деятельности ООО «Наш Шэмпрок»

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 праца: 77 с., 14 мал., 17 табл., 50 крыніц, 3 прык.

МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ СТРАТЭГІІ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, АНАЛІЗ, АЦЭНКА, УДАСКАНАЛЕННЕ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ

Мэта даследавання - даследаванне маркетынгавай дзейнасці і стварэнне мерапрыемстваў, накіраваных на ўдасканаленне маркетынгавай стратэгіі ў ТАА «Наш Шэмарок» у мэтах павышэння ўзроўню канкурэнтаздольнасці і аптымізацыі паказчыкаў фінансавай дзейнасці.

У рамках дасягнення мэты работы аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

вывучыць сутнасць маркетынгавай стратэгіі і яе значэнне ў дзейнасці арганізацыі разгледзець арганізацыю і методыкі распрацоўкі маркетынгавых стратэгий арганізацыі

равесці аналіз арганізацыйна-эканамічнай характарыстыкі ТАА " Наш Шэмарок» равесці ацэнку выніковасці маркетынгавай стратэгіі арганізацыі ТАА " Наш Шэмарок»

ыбраць, абгрунтаваць і ўкараніць маркетынгавыя мерапрыемствы па павышэнню эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці ТАА " Наш Шэмарок»

жыццявіць ацэнку эфектыўнасці прапанаваных мерапрыемстваў і іх уплыў на стратэгію прасоўвання ТАА " Наш Шэмарок»

Аб'ект даследавання: дзейнасць ТАА «Наш Шэмарок».

Прадмет даследавання: маркетынгавыя стратэгіі, якія выкарыстоўваюцца ў ТАА «Наш Шэмарок», а таксама напрамкі іх удасканалення.

Метады даследавання: метады супастаўлення, параўнання, групойкі, графічнага прадстаўлення, таблічнага прадстаўлення, адносных і абсалютных велічынь, матэматычнага мадэлявання.

Вобласць магчымага прымянення: у дзейнасці ТАА «Наш Шэмарок».

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.

Graduate work: 77 p., 14 figures, 17 tables, 50 sources, 3 appendices.

MARKETING ACTIVITIES, MARKETING STRATEGIES, COMPETITIVENESS, ANALYSIS, EVALUATION, IMPROVEMENT, EFFICIENCY

The purpose of the study: to study marketing activities and develop measures aimed at improving the marketing strategy at Nash Shamrock LLC in order to increase competitiveness and optimize financial performance.

As part of achieving the goal of the work, the author set the following tasks:

- 1) To study the essence of the marketing strategy and its importance in the organization's activities
- 2) To consider the organization and methods of developing marketing strategies of the organization
- 3) To analyze the organizational and economic characteristics of Nash Shamrock LLC
- 4) To evaluate the effectiveness of the marketing strategy of Our Shamrock LLC
- 5) Select, justify and implement marketing measures to improve the effectiveness of the marketing activities of Nash Shamrock LLC
- 6) To evaluate the effectiveness of the proposed measures and their impact on the promotion strategy of Nash Shamrock LLC

The object of research: the activities of Nash Shamrock LLC.

The subject of the research is the marketing strategies used in Nash Shamrock LLC, as well as the directions of their improvement.

Research methods: methods of comparison, comparison, grouping, graphical representation, tabular representation, relative and absolute values, mathematical modeling.

Scope of possible application: in the activities of Nash Shamrock LLC

, the author confirms that the computational and analytical material provided 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.