

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКТА
И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ**

СТАТКЕВИЧ Станислав Андреевич

Научный руководитель:
старший преподаватель,
Е.В. Кудасова

Минск, 2025

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 56 с., 11 рис., 10 табл., 54 источника.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКТА, ОЦЕНКА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ,
ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ, БРЕНДИРОВАННАЯ ПРОДУКЦИЯ, ОАО
«МИНСКИЙ ТРАКТОРНЫЙ ЗАВОД»

Цель работы: разработать и обосновать предложения по повышению конкурентоспособности продукции ОАО «Минский».

Объект исследования: конкурентоспособность продукта.

Предмет исследования: конкурентоспособность продукта ОАО «Минский тракторный завод».

Методы исследования: анализ, сравнение, наблюдение, сопоставление, обследование, обобщение теоретического и практического материала.

Исследования и разработки: рассмотрены теоретические основы конкурентоспособности продукта; систематизированы методы оценки конкурентоспособности и нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности в Республике Беларусь; проведён анализ состояния конкурентных позиций продукции ОАО «МТЗ»; предложены пути повышения конкурентоспособности.

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность и стратегическое управление продукцией ОАО «Минский тракторный завод».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал 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.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 56 с., 11 мал., 10 табл., 54 крыніцы.

КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ ПРАДУКЦЫІ, АЦЭНКА
КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦІ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ СТРАТЭГІІ,
ПРАГРАМЫ ЛАЯЛЬНАСЦІ, БРЭНДАВАЯ ПРАДУКЦЫЯ, ААТ «МІНСКІ
ТРАКТАРНЫ ЗАВОД»

Мэта работы: распрацаваць і абгрунтаваць прапановы па павышэнні канкурэнтаздольнасці прадукцыі ААТ «Мінскі трактарны завод».

Аб’ект даследавання: канкурэнтаздольнасць прадукцыі.

Прадмет даследавання: канкурэнтаздольнасць прадукцыі ААТ «Мінскі трактарны завод».

Методы даследавання: аналіз, параўнанне, назіранне, супастаўленне, апытанне, абагульненне тэарэтычнага і практычнага матэрыялу.

Даследаванні і распрацоўкі: разгледжаны тэарэтычныя асновы канкурэнтаздольнасці прадукта; сістэматызаваны метады ацэнкі канкурэнтаздольнасці і нарматыўна-прававое рэгуляванне маркетынгавай дзейнасці ў Рэспубліцы Беларусь; праведзены аналіз стану канкурэнтных пазіцый прадукцыі ААТ «МТЗ»; прапанаваны шляхі павышэння канкурэнтаздольнасці.

Галіна магчымых практычных ужыванняў: маркетынгавая дзейнасць і стратэгічнае кіраванне прадукцыяй ААТ «Мінскі трактарны завод».

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял аб’ектыўна адлюстроўвае стан даследаванага працэсу, а ўсе пазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Diploma thesis: 56 pages, 11 figures, 10 tables, 54 sources.

PRODUCT COMPETITIVENESS, COMPETITIVENESS
ASSESSMENT, MARKETING STRATEGIES, LOYALTY PROGRAMS,
BRANDED MERCHANDISE, MINSK TRACTOR WORKS (MTW)

Objective of the thesis: to develop and substantiate proposals for enhancing the competitiveness of the products of Minsk Tractor Works (MTW).

Object of research: product competitiveness.

Subject of the research: competitiveness of the products of OJSC “Minsk Tractor Works”.

Research methods: analysis, comparison, observation, juxtaposition, survey, synthesis of theoretical and practical material.

Research and developments: theoretical foundations of product competitiveness are considered; methods for assessing competitiveness and regulatory frameworks for marketing activities in the Republic of Belarus are systematized; the state of the competitive positions of MTW products has been analyzed; proposals for enhancing competitiveness have been developed.

Field of potential practical application: marketing activities and strategic management of MTW’s products.

The author of the thesis confirms that the calculation and analytical material presented objectively reflects the state of the studied process, and all theoretical, methodological, and methodical provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.