

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор


В.Ф. Володько

«01» июня 2023 г.

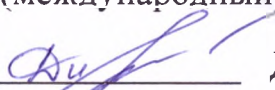
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ
СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ БНТУ)»**

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

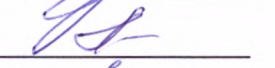
Направление: 1-26 02 02-05 Менеджмент (международный)

Студент-дипломник, гр. 10801119



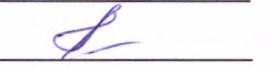
Д.Д. Булойчик

Руководитель, ст. преп.



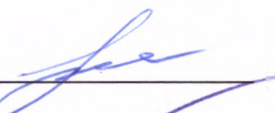
Г.Д. Веренич

Консультант, ст. преп.



Г.Д. Веренич

Консультант по технологической
части, к.п.н., доцент



О. М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель



Рызванович М. С.

Объем работы:

дипломная работа – 92 страницы;

графическая часть – 12 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2023

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 92 стр., 11 рисунков и схем, 12 таблиц,
34 использованных источника

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА, МАРКЕТОЛОГ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ УСЛУГА

Цель дипломной работы – разработать мероприятия по совершенствованию маркетинговой стратегии организации.

Объект дипломного исследования – маркетинговая стратегия БНТУ.

Предмет дипломного исследования – совершенствование маркетинговой стратегии ФТУГ БНТУ.

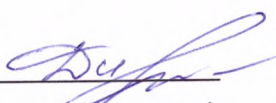
В соответствии с целью в работе поставлены следующие **задачи**:

1. Исследовать экономическую сущность маркетинга, образовательной услуги и определить особенности маркетинга в системе образования.
2. Провести оценку маркетинговой стратегии БНТУ.
3. Разработать программу по совершенствованию маркетинговой стратегии ФТУГ БНТУ.
4. Обосновать технологию реализации предлагаемой программы.

Элементами научной новизны полученных результатов являются разработанные мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности ФТУГ БНТУ.

Практическое применение. Область возможного практического применения результатов исследования – БНТУ и другие учреждения образования.

Достоверность. Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на авторов.


(подпись автора)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Володько, В.Ф. Оформление дипломной работы: метод. пособие / В.Ф. Володько. – Минск: БНТУ, кафедра «Менеджмент», 2022. – 25 с.
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
3. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. – 2–е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА–М, 2021. – 292 с.
4. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. – 2–е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 170 с.
5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2–е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 315 с.
6. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 408 с.
7. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. – 2–е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 242 с.
8. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 15–е изд. – Спб. : Питер, 2018. – 848 с.
9. Ляшева, Л. В. Маркетинг образовательных услуг/ Л.В. Ляшева // Образование. – 2019. – № 4. – С. 4–5.
10. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 2–е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательско–торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 433 с.
11. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 404 с.
12. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 370 с.
13. Маркетинг. Практикум : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 325 с.
14. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. – Москва : ИНФРА–М, 2020. – 589 с.
15. Маркетинг–менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. – Москва : Издательство

Юрайт, 2021. – 379 с.

16. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 3

17. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 475 с.

18. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 384 с.

19. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. –2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА–М, 2020. – 356 с.

20. Наумов, В. Н. Стратегическое взаимодействие рыночных субъектов в маркетинговых системах : монография / В. Н. Наумов, В. Г. Шубаева. – Москва : ИНФРА–М, 2020. – 270 с.

21. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 374 с.

22. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 219 с.

23. Основы маркетинга. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 325 с.

24. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 186 с.

25. Рыжикова ,Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг : учебное пособие / Т. Н. Рыжикова. – Москва : ИНФРА–М, 2020. – 225 с.

26. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие. – Москва : ИНФРА–М, 2021. – 288 с.

27. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. – Москва : ИНФРА–М, 2020. – 237 с.

28. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 225 с.

29. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 225 с.

30. Токарев, Б. Е. Маркетинг инновационно–технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата / Б. Е. Токарев. – Москва : Магистр : ИНФРА–М, 2020. –264 с.

31. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. – Москва : ИНФРА–М, 2020. – 208 с.

32. Юдакова, О.В. Методы оценки эффективности маркетинговых решений // Экономические науки. – 2019. – №4. – с. 82
33. Факультет технологий управления и гуманитаризации [Электронный ресурс] / Белорусский Национальный Технический Университет. – URL: <http://www.bntu.by/ftug.html> (дата обращения 10.04.2023).
34. Устав Белорусского Национального Технического Университета.