

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

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, к.с.н., доцент

*И.Н. Кандричина*

И.Н. Кандричина

«01» июня 2024 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА  
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ  
СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

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

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

Студент-дипломник, гр. 10801120

*Т.Д. Ковальчук*

Т.Д. Ковальчук

Руководитель, к.с.н., доцент

*И.Н. Кандричина*

И.Н. Кандричина

Консультант, к.с.н., доцент

*И.Н. Кандричина*

И.Н. Кандричина

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

*О.М. Володько*

О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,  
преподаватель

*Е.О. Шнип*

Е.О. Шнип

Объем работы:

дипломная работа – 91 страница;

графическая часть – 12 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2024

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 91 страница, 20 рисунков и схем, 18 таблиц,  
31 использованных источников

### МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

Цель дипломной работы – систематизация теоретических основ формирования и реализации маркетинговой стратегии организации, а также разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой стратегии.

Объект дипломного исследования – ОАО «Пивоваренная компания Аливария».

Задачи дипломного исследования:

1. Исследование теоретических основ формирования и реализации маркетинговой стратегии современной организации.

2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности, организационной структуры и персоналом, особенностей маркетинга и позиционирование ОАО «Пивоваренная компания Аливария».

3. Выявление путей совершенствования маркетинговой стратегии и расчет их экономической эффективности.

4. Обоснование технологии реализации предложенной программы.

Основные методы исследования – общенаучные принципы (диалектики, объективности, историзма) и общенаучные методы познания (абстрагирования, идеализации, индукция, дедукция, анализ, синтез, типология), компаративный, системный и исторические подходы.

Элементами научной новизны полученных результатов являются рекомендации по совершенствованию маркетинговой стратегии ОАО «Пивоваренная компания Аливария».

Областью возможного практического применения являются ОАО «Пивоваренная компания Аливария» и аналогичные предприятия.

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

  
(подпись автора)

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Агеева, Н.А. Экономический анализ маркетинговой деятельности предприятия: учебное пособие / Н.А. Агеева, Н.Ю. Лопаткина. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2020. - 63 с.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич; 6-е изд., испр. - Минск: Выш. шк., 2009. - 482 с.
3. Алексунин, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.А. Алексунин; 4-е изд., - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. - 716 с.
4. Алешина, И.В. Маркетинг для менеджера: учебное пособие / И.В. Алешина. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2021. - 456 с.
5. Ансофф, И.И. Новая корпоративная стратегия / И.И. Ансофф. - СПб: Питер Ком, 2009. - 416 с.
6. Аренков, И.А. Маркетинг предприятия: учебник / И.А. Аренков, М.М. Глазов, И.Г. Фирова. - СПб.: Изд-во РГГМУ, 2019. - 448 с.
7. Ассель, Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов / Г. Ассель. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 804 с.
8. Барановский, С.Н. Стратегический маркетинг: учебное пособие для студентов вузов / С.Н. Барановский, Л.В. Лагодич. - Минск: ИВЦ Минфина, 2015. - 298 с.
9. Бардасова, С.В. SWOT-анализ в разработке маркетинговой стратегии / С.В. Бардасова. - М.: Управление компанией, 2017. - 34-37 с.
10. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации) / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - Минск: Дашков и К, 2019. - 372 с.
11. Березин, И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение: учебник для вузов / И.С. Березин; 3-е изд. - М.: Вершина, 2020. - 480 с.
12. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учебное пособие / В.Ф. Володько; 3-е изд. - Минск: АіВ, 2010. - 304 с.
13. Горемыкин, В.А. Планирование на предприятии: учебное пособие / В.А. Горемыкин. - Минск: Юрайт, 2017. - 704 с.
14. Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия / В.Я. Горфинкель. - Минск: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. - 663 с.
15. Душкина, М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология: учебное пособие / М.Р. Душкина. - СПб.: Питер, 2020. - 560 с.
16. Ильин, А.И. Планирование на предприятии: учебное пособие / А.И. Ильин. - М.: Новое знание, 2016. - 672 с.

17. Когденко, В.Г. Экономический анализ: учебник / В.Г. Когденко; 2 изд. - М.: Юнити, 2018. - 399 с.
18. Королькова, Е.М. Организация маркетинга на предприятии: учебное пособие / Е.М. Королькова. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. тех. ун-та, 2017. - 148 с.
19. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: учебник / Ф. Котлер. Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишерз, 2010. - 211 с.
20. Лекомцев, С.И. Подходы к формированию эффективной маркетинговой стратегии / С.И. Лекомцев. - Минск: Юрайт, 2017. - 77-76 с.
21. Лидовская, О.П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы: учебник / О.П. Лидовская. - СПб.: Питер, 2018. - 141 с.
22. Лысенко, Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов / Д.В. Лысенко. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 320 с.
23. Пласкова, Н.С. Анализ финансовой отчетности: учебник / Н.С. Пласкова. - М.: Эксмо, 2020. - 384 с.
24. Попов, А.И. Стратегический менеджмент / А.И. Попов. - М.: Юнити-Дана, 2020. - 257 с.
25. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 843с.
26. Серпилин, А.С. Основные подходы к разработке и внедрению стратегии развития предприятия / А.С. Серпилин - М.: Управление компанией, 2021. - 71 с.
27. Сетиаван, А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе: учебник / А. Сетиаван, Ф. Котлер, Х. Картаджайя. - М.: Эксмо, 2017. - 97 с.
28. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: учебное пособие / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева; 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 528 с.
29. Цахаев, Р.К. Основы маркетинга: учебник для вузов / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева, С.А. Алиев. - М.: Экзамен, 2015. - 448 с.
30. Официальный сайт ОАО «Пивоваренная компания Аливария» [Электронные ресурсы]. - 2024. - Режим доступа: <https://alivaria.by/>.
31. Финансовая отчетность [Электронный ресурс]. - 2024. - Режим доступа: <https://alivaria.by/akfioneram/finansovaya-ottsetnost/>.