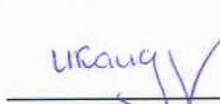


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет технологий управления и гуманитаризации
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

 Зав. кафедрой, доцент
И.Н. Кандричина
« 15 » 06 2024 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

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

Направление: 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-административный)

Студент-дипломник, гр. 30801220

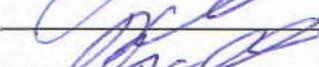
Руководитель, д. пед. н., профессор

Консультант, д. пед. н., профессор

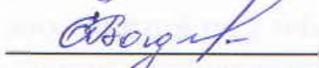
Консультант по технологической
части, к.и.н., доцент

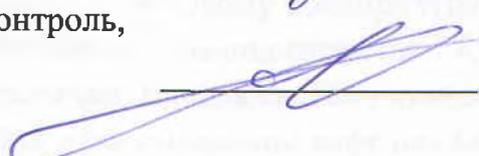
Ответственный за нормоконтроль,
преподаватель

 А.С. Зуевская

 В.Ф. Володько

 В.Ф. Володько

 Е.Г. Богданович

 А.Г. Лобач

Объем работы:

дипломная работа – 92 страницы;

графическая часть – 9 листов А4;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2024

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 92 страницы, 8 рисунков и схем, 34 таблицы, 40 использованных источников, 3 приложения

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ, СТРАТЕГИЯ, МИССИЯ, ЦЕЛЬ, ВНЕШНЯЯ СРЕДА, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Цель дипломной работы – разработка рекомендаций по совершенствованию стратегии развития ИУП «БелВиллесден».

Объект дипломного исследования – ИУП «БелВиллесден».

Задачи дипломного исследования:

- изучить теоретические основы разработки стратегии развития предприятия;
- провести анализ деятельности и стратегии развития ИУП «БелВиллесден»;
- предложить пути повышения эффективности разработки корпоративной стратегии развития ИУП «БелВиллесден»;
- разработать технологию реализации предлагаемых мероприятий.

Методы исследования: монографический, сравнительный, аналитический, статистический.

Содержание дипломной работы: теоретические основы разработки стратегии развития предприятия, анализ деятельности и стратегии развития ИУП «БелВиллесден», пути повышения эффективности разработки корпоративной стратегии развития ИУП «БелВиллесден», технология реализации предлагаемых мероприятий.

Область возможного практического применения результатов дипломной работы – ИУП «БелВиллесден» и другие предприятия отрасли.

Достоверность. Автор подтверждает, что приведенный расчетный материал правильно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись студента)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аренков, И.А. Стратегический маркетинг: учеб. пособие / И.А. Аренков, В.Н. Наумов. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2020. – 95 с.
2. Арутюнова, Д.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Д. В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2018. – 122 с.
3. Бобкова, Е.Ю. Разработка стратегии развития организации / Е.Ю. Бобкова, А.В. Ибрагимова // Аллея науки. – 2021. – № 6 (57). – С. 469-473.
4. Виссема, Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство. Возможности для будущего процветания / Х. Виссема; пер. с англ. – М.: Финпресс, 2020. – 271 с.
5. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учеб. / О.С. Виханский. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарика, 2021. – 528 с.
6. Воронин, Н.В. Процесс разработки стратегии развития организации / Н.В. Воронин // Вестник науки и образования. – 2019. – № 12-2 (66). – С. 14-17.
7. Ворошилина, Н.Н. Сущность и значение стратегического управления организацией / Н.Н. Ворошилина // Современная наука и инновации. – 2022. – № 2 (18). – С. 327-333.
8. Гиззатуллина, Г.Р. Методические подходы к разработке стратегии развития организации / Г.Р. Гиззатуллина // Научный альманах. – 2020. – № 4-2 (66). – С. 27-29.
9. Голубкова, Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учеб. и практ. для академического бакалавриата / Е.Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 363 с.
10. Грушенко, В.И. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии: учеб.-практ. пособие / В.И. Грушенко. – М.: Инфра-М, 2019. – 360 с.
11. Кайшева, А.Л. Сравнительный анализ методов оценки эффективности стратегии развития компании / А.Л. Кайшева // Теория права и межгосударственных отношений. – 2022. – № 9 (21). – С. 256-263.
12. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс; пер. с англ. – М.: СПб. Издательский дом «Вильямс», 2020. – 944 с.
13. Кревенс, Д. Стратегический маркетинг / Д. Кревенс. – М.: Вильямс, 2021. – 512 с.
14. Куджева, А.А. Проблемы формирования маркетинговой стратегии предприятия / А.А. Куджева // Достижения и перспективы развития молодежной науки. – 2019. – № 5. – С. 61-64.

15. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – СПб.: Питер, 2020. – 328 с.
16. Маковеев, Н.Е. Теоретические аспекты разработки стратегии развития организации / Н.Е. Маковеев // Социальное и экономическое развитие АТР: опыт, проблемы, перспективы. – 2019. – № 1. – С. 86-93.
17. Москалев, С.М. Особенности выбора и освоения эффективных маркетинговых стратегий / С.М. Москалев // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. – 2021. – № 1 (46). – С. 147-151.
18. Пашкус, Н.А. Стратегический маркетинг: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 225 с.
19. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2020. – 454 с.
20. Резанович, Е.А. Эволюция понятия «стратегическое управление» / Е.А. Резанович // Инновационные технологии управления персоналом. – 2023. – № 7. – С. 18-22.
21. Рублёв, А.Н. Разработка стратегии развития организации / А.Н. Рублёв // Студенческий вестник. – 2022. – № 20-14 (212). – С. 63-65.
22. Сапунов, А.В. Методические подходы к разработке стратегии развития организации / А.В. Сапунов // Modern Science. – 2020. – № 10-2. – С. 132-138.
23. Смеричевская, С.В. Стратегический маркетинг: учеб. пособие / С. В. Смеричевская. – Донецк: ДонГУЭТ, 2019. – 204 с.
24. Стратегический маркетинг для магистров / Д. Жильцов [и др.]. – М.: Инфра-М, 2021. – 400 с.
25. Стратегическое управление: учеб. / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2020. – 463 с.
26. Сурин, А.В. Особенности формирования и реализации маркетинговой стратегии на предприятии / А.В. Сурин // Вестник науки. – 2019. – № 3 (12). – С. 76-83.
27. Тебекин, А.В. Стратегический менеджмент: учеб. для прикладного бакалавриата / А.В. Тебекин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 333 с.
28. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учеб. для вузов / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М.: ЮНУТУ-ДАНА, 2021. – 577 с.
29. Тонян, М.Н. Классификация и характеристика маркетинговых стратегий / М.Н. Тонян, Е.А. Бритикова // Экономика. Управление. Финансы. – 2019. – № 4 (18). – С. 170-175.

30. Тюрина, П.Р. Этапы формирования маркетинговой стратегии предприятия / П.Р. Тюрина // Экономика и социум. – 2020. – № 1 (68). – С. 25-28.
31. Украинцева, И.В. Стратегический анализ как основа для разработки стратегии развития организации / И.В. Украинцева, А.А. Гайкало // Тенденции развития науки и образования. – 2022. – № 85-7. – С. 61-65.
32. Филатов, В.Д. Теоретические аспекты маркетинговой стратегии компании / В.Д. Филатов // Молодой ученый. – 2020. – № 46 (336). – С. 137-139.
33. Фурс, М.В. Роль стратегического анализа в разработке стратегии развития организации / М.В. Фурс, Э.Б. Адельсеитова // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2021. – № 10. – С. 227-230.
34. Хангер, Д. Основы стратегического менеджмента: учеб. / Д. Хангер. – М.: Юнити-Дана, 2022. – 320 с.
35. Шаговикова, Е.О. Классификация стратегий развития предприятия / Е.О. Шаговикова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 1. – С. 107-110.
36. Шишло, С.В. Стратегический маркетинг: тексты лекций / С.В. Шишло, Ю.Н. Андросик. – Минск: БГТУ, 2020. – 174 с.
37. Шматков, Р.Н. Важность маркетинговой стратегии предприятия / Р.Н. Шматков, О.В. Гузенко // Экономика и менеджмент. – 2019. – № 3. – С. 19-22.
38. Ilhan, A. Growth Strategies in Businesses and A Theoretical Approach / A. Ilhan, Y. Durmaz, Y. // International Journal of Business and Management. – 2015. – № 10. – P. 210-214.
39. Shendel, D.E. Business Policy or Strategic Management: A Broader View for an Emerging Discipline / D.E. Shendel, K.J. Hatten // Academy of Management Proceedings. – 1972. – August. – P. 99–102.
40. Smith, G.D. Business strategy and policy / G.D. Smith, D.R. Arnold, B.G. Bizzell. – Boston: Houghton Mifflin Co., 1991. – 380 p.