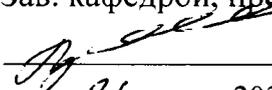


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет технологий управления и гуманитаризации  
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

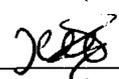
Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько  
«21» июня 2021 г.

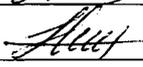
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА  
**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ  
СТРАТЕГИИ БАНКА**

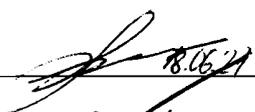
Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

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

Студент-дипломник, гр. 10801117  18.06.21 Н.С. Хакдодов

Руководитель, ст. преподаватель  18.06.21 Н.Г. Аснович

Консультант, ст. преподаватель  18.06.21 Н.Г. Аснович

Консультант по технологической  
части, к.п.н, доцент  18.06.21 О. М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,  
преподаватель  18.06.21 М.С. Рызванович

Объем работы:

дипломная работа – 84 страницы;

графическая часть – 8 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2021

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 84 страницы, 14 рисунков и схем, 11 таблиц, 20 использованных источников.

### КРИЗИС, ОБЪЕМ ПРОДАЖ, КЛИЕНТСКАЯ БАЗА, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Объектом и предметом исследования является: ОАО «Технобанк» и его конкурентоспособность.

Цель работы: Совершенствование маркетинговой стратегии.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки: представлено теоретическое обоснование понятия «конкурентоспособность», рассмотрены ее методы организации, функции. Проведен конкретный анализ хозяйственной и сбытовой деятельности. В круг исследуемых проблем вошли: организационно-экономическая характеристика предприятия (история развития, основные направления деятельности, проблемы, с которыми сталкивалось предприятие и т.д.); товарная политика предприятия (ассортимент продукции, структура себестоимости товара); характеристика и оценка конкурентов предприятия; характеристика покупателей предприятия; политика распределения товаров.

В ходе выполнения дипломной работы некоторые предложения по совершенствованию конкурентоспособности были внесены в перспективный план развития предприятия. В частности, создания на предприятии службы маркетинга и сбыта; подключение предприятия к сети Internet; развитие сервисной службы, гибкая система скидок, сертификаты.

Технико-экономическая и социальная значимость предложенных разработок: выход предприятия из кризиса и его развитие, создание новых рабочих мест, улучшение условий труда, увеличение объема продаж, расширение клиентской базы.

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 теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

  
(подпись автора)

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Веснин В.Р. Практический менеджмент персонала: Пособие по кадровой работе / В.Р. Веснин. – М.: Юрист, 2003. - 150 с
2. Володько, В. Ф. Психология управления. В 2 т. Т. 1. Психология объекта и субъекта управления : учебно-методическое пособие / В. Ф. Володько. – Минск : БНТУ, 2012. – 428 с.
3. Володько, В. Ф. Психология управления. В 2 т. Т. 2. Психология делового общения : учебно-методическое пособие / В. Ф. Володько. – Минск : БНТУ, 2012. – 414 с.
4. Володько, В.Ф. Основы менеджмента: учеб.пособие для студентов эконом. специальностей учреждений, обеспечивающих получение высш. образования / В.Ф. Володько.– 3-е изд. – Минск: Адукацыя і выхаванне, 2010. - 304с
5. Горбунов, А.Р. Аналитическая служба фирмы, ведомства, банка, региона / А.Р. Горбунов. – М.: Изд-во «Глобус», 2011. - 280 с.
6. Зайцев Л.Г. Стратегический менеджмент: Учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. – М.: Экономист, 2012. - 416с.
7. Ильин, М.Т. Влияние маркетинговой деятельности на конкурентоспособность предприятия / М.Т. Ильин. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 215 с.
8. Капитонов, Э.А. Корпоративная культура. / Э.А. Капитонов, А.Э. Капитонов. – Ростов-на-Дону: Ростиздат, 2009.
9. Кибанов, А.Я. Проблемы управления персоналом в организациях: Тематический сборник научных трудов / А.Я. Кибанов. – М.: Государственный университет управления, 2009
10. Попов, С.А. Актуальный стратегический менеджмент: Учебно- практическое пособие для вузов / С.А. Попов – М.: Юрайт , 2010 . - 448 с.
11. Сетков, В.И. Основы общего менеджмента (краткий курс) / В.И. Сетков – М.: ИНФРА-М, 2013. - 169 с.
12. Тренев Н.Н. Стратегическое управление: Учебное пособие / Н.Н. Тренев – М.: Экономист, 2010. - 288 с.
13. Умичевич, О.В. Банковский маркетинг в США и Канаде: новые технологии / О.В. Умичевич // США, Канада. - 2000. - № 4. - С. 55-63.
14. Хабаров В.И. Попова Н.Ю. Банковский маркетинг. /Московская финансово-промышленная академия. – М., 2004. – 165 с.
15. Виды и классификация банковских продуктов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studbooks.net/1228144/bankovskoe\\_delo/](https://studbooks.net/1228144/bankovskoe_delo/)
16. Маркетинговая стратегия банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya\\_strategiya/marketingovaya\\_strategiya\\_banka/](https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya_strategiya/marketingovaya_strategiya_banka/)

17. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>
18. Рекомендации по совершенствованию системы маркетинга банковских услуг на примере банка “Петрокоммерц” [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=733063#text>
19. Бухгалтерский баланс ОАО «Технобанк» за 2018-2020 гг.
20. Отчет о прибылях и убытках ОАО «Технобанк» за 2018-2020 гг.