

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
"ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Кафедра маркетинга и
международного менеджмента

Допущена к защите
Заведующий кафедрой
 Е.А.Гречишкина
03.06. 2022 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

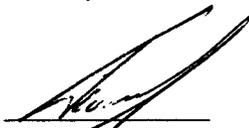
**"Формирование маркетинговой стратегии развития предприятия
(на материалах ОАО "Савушкин продукт")"**

Студентка
ММТ, 4 курс, гр. 18ММТ-1


(подпись)

Демедюк Дарья Глебовна
05.05.2022

Научный руководитель
старший преподаватель


(подпись)

Колосов Георгий Викторович
05.05.2022

ПИНСК 2022

17
03.06.2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	8
1.1 Понятие маркетинговой стратегии предприятия. Виды маркетинговых стратегий.....	8
1.2 Методики анализа эффективности реализуемой маркетинговой стратегии предприятия.....	16
1.3 Этапы формирования и реализации маркетинговой стратегии предприятия.....	19
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗУЕМОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОАО "САВУШКИН ПРОДУКТ"	26
2.1 Организационно-экономическая характеристика ОАО "Савушкин продукт"	26
2.2 Анализ товарной и ценовой политики ОАО "Савушкин продукт".....	34
2.3 Анализ сбытовой политики и мероприятий по продвижению продукции ОАО "Савушкин продукт"	43
ГЛАВА 3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОАО "САВУШКИН ПРОДУКТ".....	54
3.1 Рекомендации по совершенствованию маркетинговой стратегии развития ОАО "Савушкин продукт".....	54
3.2 Экономико-математическое моделирование процесса формирование прибыли ОАО "Савушкин продукт" за счёт изменения затрат на продвижения	64
3.3 Экономическое обоснование мероприятий по совершенствованию маркетинговой стратегии развития ОАО "Савушкин продукт".....	67
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	75
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	78
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	82

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 82 страницы, 28 таблиц, 23 рисунка.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА, ПРОДВИЖЕНИЕ.

Объектом исследования является маркетинговая деятельность предприятия ОАО "Савушкин продукт".

Предметом исследования является маркетинговая стратегия развития предприятия ОАО "Савушкин продукт".

Целью данной работы является разработка маркетинговой стратегии развития предприятия ОАО "Савушкин продукт".

Методы исследований: сравнительный и нормативный анализ, табличный и графический метода.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки:

- изучены сущность понятия маркетинговая стратегия и виды маркетинговых стратегий, их роль в управлении предприятием;
- изучены этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия;
- изучена организационно-экономическая характеристика предприятия, проанализирована финансовая деятельность изучаемого предприятия;
- проанализированы товарная, ценовая, сбытовая политики и мероприятия по продвижению продукции ОАО "Савушкин продукт";
- разработаны мероприятия по совершенствованию маркетинговой стратегии развития исследуемого предприятия и проведена оценка эффективности предложенных рекомендаций.

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

ESSAY

Term paper: 82 pages, 28 tables, 23 figures.

PRICING STRATEGY, PRICE, FINANCIAL ANALYSIS, COST ANALYSIS, PRODUCT.

The object of the research is the marketing activity of the enterprise JSC "Savushkin product".

The subject of the research is the marketing strategy for the development of the enterprise JSC "Savushkin product".

The purpose of this work is to develop a marketing strategy for the strategic development of the enterprise JSC "Savushkin product".

Research methods: comparative and normative analysis, tabular and graphical methods.

In the process, the following research and development:

- considered the essence of the concept of marketing strategy and types of marketing strategies, their role in enterprise management;
- considered the stages of development and implementation of the marketing strategy of the enterprise;
- the organizational and economic characteristics of the enterprise were considered, the financial activity of the enterprise under study was analyzed;
- Analyzed commodity, price, marketing policies and activities to promote the products of JSC "Savushkin Product";
- measures were developed to improve the marketing strategy for the development of the enterprise under study and an assessment of the effectiveness of the proposed recommendations was carried out.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological positions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.


signature

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Наумов, В. Н. Маркетинг сбыта : учеб. пособие / В. Н. Наумов. – СПб. : Питер, 2011. – 346 с.
2. Балабанов, И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта : учеб. пособие / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2012. – 244 с.
3. Дэй, Дж. Стратегический маркетинг : учебник для студентов вузов / Дж. Дэй. – М. : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2012. – 640 с.
4. Котлер, Ф., Маркетинг : учеб. пособие / Ф. Котлер. – М. : ИНФРА – М, 2013. – 169 с.
5. Аакер, Д. А. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Д. А. Аакер, В. Улар. – СПб. : Питер, 2011. – 256 с.
6. Багиев, Г. Л. Маркетинг : учебник для студентов вузов / Г. Л. Багиев. – СПб. : Питер, 2014. – 576 с.
7. Шмелев Н. А. Стратегический маркетинг : учебное пособие / Н. А. Шмелев. – М. : МФПА, 2014. – 177с.
8. Донец, Ю. Б. Маркетинг : учебное пособие / Ю. Б. Донец. – Волгоград : ВГЭТК, 2006. – 133 с.
9. Пястолов, С. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / С. М. Пястолов. – М. : Академия, 2012. – 336 с.
10. Брянцева, И. А. Малое предпринимательство как экономическая категория / И. А. Брянцева // Общество и экономика. – 2012. – №9. – С. 12-17.
11. Яновский, А. А. Маркетинг в деятельности предприятия / А.А. Яновский // Маркетинг, 2013. – №3. – С. 63-66.
12. Куницын, С. С. Стимулирование сбыта на предприятии / С. С. Куницын // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – № 2. – С. 14.
13. Орлова, Т. М. Основы маркетинга : учебник / Т. М. Орлова, А. П. Горохова. – М. : ИНФРА – М, 2011. – 219 с.
14. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа : учеб. пособие / А. Д. Шеремет. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 208 с.
15. Кумар, Н. Маркетинг как стратегия : учебник / Н. Кумар. – М. : Претекст, 2014. – 342 с.
16. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический маркетинг : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Юнити-Дана, 2010. – 640с.
17. Берзинь, И. Э. Экономика фирмы : учеб. пособие / И. Э. Берзинь. – М. : Институт международного права и экономики. 2012. – 251 с.

18. Морозов, Ю. П. Организация производства на предприятии : учеб. пособие для вузов / Ю. П. Морозов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 256 с.

19. Райс, Э. Стимулирование сбыта на предприятии / Э. Рейс // Менеджмент в России и за рубежом. – 2011. – № 2. – С. 18-23.

20. Любанова, Т. П. Современный маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов / Т. П. Любанова, К. М. Повловская, А. В. Румяцев. – М. : ИКЦ «Март», 2014. – 474 с.

21. Денисова, Е. С. Маркетинговые методы совершенствования взаимоотношений компании и клиентов, в условиях трансформации поведения потребителей: Монография / Е. С. Денисова, М. В. Маркова. – М. : Изд. центр ЕАОИ. – 2015. – 176 с.

22. Басовский, Л. Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Л. Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 366 с.

23. Виханский, О. С. Менеджмент: учебник для студентов вузов / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Гардарики, 2012. – 528 с.

24. Демченко, А. А. Маркетинг в основе конкурентоспособности реструктурированного предприятия: метод. пособие / А. А. Демченко. – Курск : КГУ, 2013. – 156 с.

25. Романов, А. Н. Маркетинг: учебник / А. Н. Романов. – М. : ЮНИТИ, 2013. – 146 с.

26. Рудычев, А. А. Расчет и анализ эффективности предпринимательского проекта: метод. реком. / А. А. Рудычев, И. Д. Дончак, О. В. Рыбакова. – Белгород : БелГТАСМ, 2013. – 179 с.

27. Дэвис, С. М. Современные проблемы в маркетинговой деятельности / М. С. Дэвис // Менеджмент в России и за рубежом, 2014. – №4. С. 21-24.

28. Семенов, В. М. Экономика предприятия : учеб. пособие / В. М. Семенов, И. Т. Баев, С. А. Терехова, А. В. Чернова. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2013. – 312 с.

29. Перова, К. С. Анализ и диагностика хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие / К. С. Перова. – СПб. : СПбУЭФ, 2012. – 525 с.

30. Баркан, Д. И. Управление продажами : учебник / Д. И. Баркан. – М. : КНОРУС, 2013. – 608 с.

31. Горузинов, В. П. Экономика предприятия : учебник / В. П. Горузинов, В. Д. Грибов, З. Е. Кузьменко. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 208 с.

32. Бланк, И. А. Управление торговым предприятием : учебник / И. А. Бланк. – М. : ЭКМОС, 2012. – 416 с.

33. Винокуров, Ф. Н. Повышение эффективности деятельности предпринимательских структур на основе использования рекламных инструментов // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук М. : МАП, 2013. – 132 с.

34. Синяева, И. М. Маркетинг в малом бизнесе : учеб. пособие / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2011. – 287с.

35. Зыкова, М. Е. Маркетинговые инструменты, используемые при выведении нового товара на рынок / М. Е. Зыкова // Научные записки ОрёлГИЭТ. – 2013. – №1. – С. 48-53.

36. Ноздрева, Р. Б. Маркетинг : учебник, практикум и учебнометодический комплекс по маркетингу : учеб.-метод. пособие / Р. Б. Ноздрева, Г. Д. Крылова, М. И. Соколова, В. Ю. Гречков. – М. : Юристъ, 2013. – 568 с.

37. Беляевский, И. К. Маркетинг : учебник / И. К. Беляевский, Л. А. Данченко, А. В. Коротков, А. А. Романов. – М. : МЭСИ, 2011. – 188 с.

38. Черняховская, Т. Н. Маркетинговая деятельность предприятия : теория и практика : учебник для студентов вузов. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2010. – 533с.

39. Баканов, М. И. Теория экономического анализа : учебник / М. И. Баканов. – М. : Финансы и статистика, 2012. – 288 с.

40. Траут, Дж. Способы оптимизации сбыта на предприятии / Дж. Траун // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – № 1. – С. 14-19.

41. Альтшуллер, И. П. Стратегия и маркетинг : две стороны одной медали, или просто – о сложном : учебник / И. П. Альтшуллер. – М. : Дело, 2013. – 234 с.

42. Коротков, А. В. Управление маркетингом : учебник / А. В. Коротков. – М. : Юнити, 2012. – 463 с.

43. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник для студентов вузов / Г. В. Савицкая. – Мн. : ИП «Экоперспектива», 2012. – 672 с.

44. Федосеев, И. В. Управление маркетингом : учеб. пособие / И. В. Федосеев. – М. : Март, 2015. – 208 с.

45. Мельник, В. В. Сбытовая политика предприятия и способы ее совершенствования / В. В. Мельник // Кадровый менеджмент. – 2011. – №5. – С. 3-10.

46. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учебник/ Г. В. Савицкая. – 9-е изд., испр. – М. : Новое знание, 2011. – 640 с.

47. ОАО “Савушкин продукт” [Электронный ресурс]. – Брест, 2022. – Режим доступа: <https://www.savushkin.by/>. – Дата доступа: 20.04.2022.

48. АЛЬТАИР – Оборудование мембранной фильтрации для молочной промышленности [Электронный ресурс]. – Москва, 2022. – Режим доступа:

<https://www.altair-aqua.ru/molochnaya-promyshlennost/membrannaya-filtraciya-dlya-molochnoj-promyshlennosti>. – Дата доступа: 02.05.2022.

49. АВАНГАРД – Линия розлива молочных продуктов в бутылку ПЭТ [Электронный ресурс]. – Москва, 2022. – Режим доступа: <https://www.prostanki.com/board/item/40142>. – Дата доступа: 02.05.2022.

50. LITON – Линия розлива молока [Электронный ресурс]. – Киров, 2022. – Режим доступа: <https://www.liton.ru/blog/liniya-rozliva-moloka/>. – Дата доступа: 02.05.2022.

51. Рекламное агентство МК [Электронный ресурс]. – Минск, 2022. – Режим доступа: <https://mk-reklama.by/> – Дата доступа: 02.05.2022.