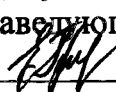


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
"ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Кафедра маркетинга и международного
менеджмента


Допущено к защите
Заведующий кафедрой
 Е.А. Гречишкина
08.06.2022

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

"Формирование маркетинговой стратегии развития предприятия (на
материалах ООО "Изоком Пласт")"

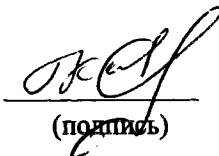
Студент
менеджмент (по направлениям),
4 курс, 18ММТ-1


(подпись)

Дарья Дмитриевна Лукашеня

06.06.2022


Научный руководитель
Старший преподаватель


(подпись)

Светлана Александровна Клещёва

06.06.2022

ПИНСК 2022


08.06.2022

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 65с., 7 рис., 20 табл., 47 источников, 5 прил.

СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН, ПЛАН МАРКЕТИНГА, МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНТРОЛЬ.

Объектом исследования является маркетинговая деятельность ООО "Изоком Пласт".

Предметом исследования является маркетинговая стратегия развития ООО "Изоком Пласт".

Цель работы – разработка маркетинговой стратегии развития ООО "Изоком Пласт".

При выполнении работы использовались методы сравнения и обобщения, общенаучные методы системного анализа и анализа статистических данных. В качестве инструмента стратегического анализа использован SWOT-анализ. Для определения места компании среди конкурентов использован метод "Карты позиционирования", а также анализ по методу 5 сил М. Портера.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки: анализ основных показателей хозяйственной деятельности, анализ маркетинговой деятельности ООО "Изоком Пласт", предложение мероприятий по формированию и внедрению маркетинговой стратегии предприятия.

Областью возможного практического применения результатов исследования является деятельность ООО "Изоком Пласт", а также предприятий-производителей товаров такой же ассортиментной группы.

Технико-экономическая и социальная значимость: внедрение рекомендаций позволит улучшить маркетинговую деятельность на предприятии.

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 студента

ESSAY

Diploma work: 65p., 7 fig., 20 table., 47 sources, 5 adj.

STRATEGY, MARKETING STRATEGY, MARKETING PLANNING, STRATEGIC PLANNING, STRATEGIC PLAN, MARKETING PLAN.

The object of the study is marketing activity of LLC "Izokom Plast".

The subject of the research is the marketing strategy of the development of LLC "Izokom Plast".

The purpose of the work is to develop a marketing strategy for the development of LLC "Izokom Plast".

Methods of comparison and generalization, general scientific methods of system analysis and analysis of statistical data were used in the performance of the work. SWOT analysis was used as a strategic analysis tool. To determine the company's place among competitors, the method of "Positioning Maps" was used, as well as an analysis using the method of 5 forces by M. Porter.

In the course of the work, the following research and development was carried out: analysis of the main indicators of economic activity, analysis of the marketing activities of LLC "Izokom Plast", proposal of measures for the formation and implementation of the marketing strategy of the enterprise.

The area of possible practical application of the research results is the activity of LLC "Izokom Plast", as well as manufacturers of goods of the same assortment group.

Technical, economic and social significance: the implementation of recommendations will improve marketing activities at the enterprise.

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



Student's signature

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	8
1.1 Стратегическое маркетинговое планирование: понятие, цели, задачи и функции	8
1.2 Этапы разработки маркетинговой стратегии, классификация маркетинговых стратегий	14
1.3 Методика анализа эффективности маркетинговой деятельности предприятия	21
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО "ИЗОКОМ ПЛАСТ".....	26
2.1 Организационно-управленческая характеристика ООО "Изоком Пласт".....	26
2.2 Анализ финансово-экономической деятельности ООО "Изоком Пласт".....	29
2.3 Анализ маркетинговой деятельности ООО "Изоком Пласт"	34
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ООО "ИЗОКОМ ПЛАСТ"	48
3.1 Формирование этапов маркетинговой стратегии, разработка основных мероприятий.....	48
3.2 Анализ статей затрат и формирование бюджета стратегического маркетингового планирования ООО "Изоком Пласт"	52
3.3 Оценка эффективности предложенных мероприятий по формированию маркетинговой стратегии развития ООО "Изоком Пласт".....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	66
ПРИЛОЖЕНИЯ	69

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бурцева, Т.А. Управление маркетингом: учеб. пособие / Т.А. Бурцева, Т.А. Сизов, О.А. Цень. – М., 2005. – 271 с.
2. Ильин, А.И. Планирование на предприятии: учеб. пособие / А.И. Ильин. – Мн.: ООО "Новое знание", 2000г., – 18 с.
3. Федосеев, И. В. Управление маркетингом: учеб. пособие / И. В. Федосеев. – М.: Март, 2015. – 208 с.
4. Алексеева, М. М.: Планирование деятельности фирмы: учебно-методическое пособие / М. М. Алексеева. – Москва: Финансы и статистика, 2003. – 245с.
5. Орлова, Т. М. Основы маркетинга: учебник / Т. М. Орлова, А. П. Горохова. – М.: ИНФРА – М, 2011. – 219 с.
6. Яновский, А.А. Маркетинг в деятельности предприятия: учеб. пособие / А.А. Яновский. – М.: ИНФРА, 2013г. – 66 с.
7. Котлер, Ф. Маркетинг: учеб. пособие / Ф. Котлер. – М.: ИНФРА – М, 2013. – 169 с.
8. Аакер, Д. А. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Д. А. Аакер, В. Улар. – СПб.: Питер, 2011. – 256 с.
9. Сураева, М.О. Особенности процесса стратегического инновационного развития организаций: сборник научных статей / М.О. Сураева. – М.: ИНФРА., 2017. – 140 с.
10. Каландарова, И. Маркетинговые стратегии компаний: учеб. пособие / И. Каландарова, Э.У. Тургунов, Ш.Ш. Норов. – Москва, 2019. – 89 с.
11. Конобеева, Е.Е. Оценка конкурентоспособности кредитной организации через призму маркетинга: учеб. пособие / О.Е. Конобеева, Е.Е. Конобеева. – Вестник Орел ГИЭТ, 2017 – 126 с.
12. 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.
13. Беляевский, И. К. Маркетинг: учебник / И. К. Беляевский, Л. А. Данченко, А. В. Коротков, А. А. Романов. – М.: МЭСИ, 2011 – 308с.
14. Шмелев Н. А. Стратегический маркетинг: Учебное пособие / Н. А. Шмелев. – М.: МФПА, 2014. – 177с.
15. Черняховская, Т.Н. Маркетинговая деятельность предприятия: теория и практика: учебник для студентов вузов / Т. Н. Черняховская. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2010г. – 533с.
16. Виханский, О. С. Менеджмент: учебник для студентов вузов / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М.: Гардарики, 2012. – 528 с.

17. Багиев, Г. Л. Маркетинг: учебник для студентов вузов / Г. Л. Багиев. – СПб.: Питер, 2014. – 576 с.
18. Коротков, А. В. Управление маркетингом: учебник / А. В. Коротков. – М.: Юнити, 2012 – 463 с.
19. Ноздрева, Р. Б. Маркетинг: учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу: учеб.-метод. пособие / Р. Б. Ноздрева, Г. Д. Крылова, М. И. Соколова, В. Ю. Гречков. – М.: Юристъ, 2013 – 568 с.
20. Романов, А. Н. Маркетинг: учебник / А. Н. Романов. – М.: ЮНИТИ, 2013 – 146 с.
21. Синяева, И.М. Маркетинг: теория и практика: Учебник для бакалавров / И.М. Синяева. - Финуниверситет. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2015 -218 с.
22. Соловьев Б.А., Маркетинг: учебник для студентов / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - Москва: Инфра-М, 2015 - 335 с.
23. Ким, С.А. Маркетинг: Учебное пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и КО», 2015 - 240 с.
24. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебник / А.В. Коротков. - М.: Юрайт, 2012 - 595 с.
25. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент: учебник / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
26. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А.Н. Асаул. – Санкт-Петербург, 2009. – 336 с.
27. Яшева, Г.А. Эффективность маркетинга: методика, оценки и результаты: учебник / Г. А. Яшева. - Практический маркетинг. - №8. - 2015 – 175 с.
28. Жильцовой, О.Н. Стратегический маркетинг для магистров: учебник / О.Н. Жильцовой. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 354 с
29. Сиротина А. Выбор наиболее эффективных маркетинговых инструментов и определение точек контакта с целевой аудиторией: учеб. пособие / А. Сиротина. – «Маркетинговые коммуникации», 2016 – 165 с.
30. Ковалев, А.И. Маркетинговый анализ: учебник 2-е изд. перераб. и доп. / А.И. Ковалев В.В. Войленко. – Москва, 2000. – 359с.
31. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 292 с.
32. Завгородняя, А.В. Маркетинговое планирование: учебник / А.В. Завгородняя, Д.О. Ямпольская. – Санкт-Петербург, 2002. – 261с.
33. Юдакова, О.В. Методы оценки эффективности маркетинговых решений: учеб. пособие / О.В. Юдакова. – Экономические науки. 2011. – 82 с.
34. Васильев, Г.А. Основы маркетинга. Учебник / Г.А. Васильев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.-325 с.
35. Официальный сайт ООО "Изоком Пласт" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.izocom.by>. – Дата доступа: 10.03.2022.

36. Ассель, Г. Маркетинг: стратегия и тактика. Учебное пособие / Г. Ассель. - М.:Кнорус, 2015.-477 с.
37. Бун, Л. Современный маркетинг: учебник / Л. Бун, Д. Куртц. - М.: Юнити, 2013.-265 с.
38. Устав ООО "Изоком Пласт"
39. Проверка посещаемости сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://be1.ru/>. – Дата доступа: 29.04.2022
40. Электронный каталог предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarusinfo.by/>. – Дата доступа: 01.05.2022
41. Агентство Новостей «Строительный бизнес» предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ancb.ru/advertisement>. – Дата доступа: 29.04.2022
42. Производство рекламного ролика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://activesales.by/uslugi/usluga-po-proizvodstvu-reklamnogo-rolika/>. – Дата доступа: 29.04.2022
43. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ipmconsult.by/uslugi/marketingovye-issledovaniya>. – Дата доступа: 29.04.2022
44. Обучающие курсы для собственников, руководителей и специалистов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.academ.by/programms/cim/markanalitics/>. – Дата доступа: 29.04.2022
45. Официальный портал Национального агентства по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/gastronomicheskiy-kalendar-sobytyy-na-2022-god/>. – Дата доступа: 29.04.2022
46. Международная выставка технологий и инноваций в промышленности ТехИнноПром [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://techinnoprom.by/>. – Дата доступа: 29.04.2022
47. Продвижение сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://seodev.by/tseny/>. – Дата доступа: 29.04.2022