

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра международного менеджмента**

РАДЗЮКЕВИЧ
Анастасия Дмитриевна

**ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА
МАТЕРИАЛАХ УП "ВИТОК»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент
Ю.В. Чайковская

Допущена к защите

«__» _____ 201__ г.

Зав. кафедрой международного менеджмента
доктор экономических наук, доцент С.В. Лукин

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 80 с., 4 рис., 10 табл., 41 источник, 4 прил.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ
МАРКЕТИНГОМ, СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, КОМПЛЕКСНЫЙ
АНАЛИЗ, ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА,
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ
МАРКЕТИНГА, РЕКОМЕНДАЦИИ

Объект исследования – УП «Виток».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность УП «Виток».

Цель исследования: провести оценку маркетинговой деятельности УП «Виток» и разработать рекомендации по ее совершенствованию на предприятии.

Методы исследования: общенаучные методы исследований, специальные методы и приемы экономического анализа.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы организации маркетинговой деятельности организации; проведен анализ маркетинговой деятельности организации (на примере УП «Виток»); разработаны основные направления совершенствования маркетинговой деятельности УП «Виток».

Элементы научной новизны: разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Область возможного практического применения: предложенные рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности могут быть применены на практике руководством предприятия УП «Виток».

Технико-экономическая значимость: внедрение разработок повысит уровень и качество маркетинговой деятельности, что даст возможность расширить рынки сбыта и увеличить объем продаж, повысить конкурентоспособность предприятия УП «Виток».

Автор работы подтверждает, что приведенные в ней расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражают состояние исследуемого процесса, а заимствованные из литературных источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

(подпись)

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 80 с., 4 мал., 10 табл., 41 крыніца, 4 дадатка.

МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, КАНЦЭПЦЫІ КІРАВАННЕ
МАРКЕТЫНГУ, СУЧАСНЫЯ ТЭНДЭНЦЫІ, КОМПЛЕКСНЫ АНАЛІЗ,
ПРАБЛЕМЫ АРГАНІЗАЦЫІ МАРКЕТЫНГУ, ЭКАНАМІЧНАЯ
ХАРАКТАРЫСТЫКА, ЭФЕКТЫЎНЫ МАРКЕТЫНГ, РЭКАМЕНДАЦЫІ

Аб'ектдаследавання - УП «Віток».

Прадметдаследавання - маркетынговаядзейнасць УП «Віток».

Мэтадаследавання: правесціаэнкумаркетынгавайдзейнасці УП «Віток» і
распрацавацьрэкамендацыі па яёўдасканаленні на прадпрыемстве.

Метадыдаследавання: агульнанавуковыяметадыдаследаванняў,
спецыяльныяметады і прыёмыэканамічнагааналізу.

Даследаванні і распрацоўкі:
вывучанытэарэтычныяасновыарганізацыімаркетынгавайдзейнасціарганізацыі;
праведзеныаналізмаркетынгавайдзейнасціарганізацыі (на прыкладзе УП
«Віток»);

распрацаваныасноўныянапрамкіўдасканаленнямаркетынгавайдзейнасці УП
«Віток».

Элементы навуковайнавізны: распрацоўкамерапрыемстваў па
ўдасканаленнімаркетынгавайдзейнасціпрадпрыемства.

Вобласцьмагчымагапрактычнагапрымянення: прапанаваныярэкамендацыі
па ўдасканаленнімаркетынгавайдзейнасцімогуцьбыцьужытыя на
практыцыкіраўніцтвампрадпрыемства УП «Віток».

Тэхніка-эканамічнаязначнасць: укараненнераспрацовакпавысіцьузровень
і якасцьмаркетынгавайдзейнасці, штодасцьмагчымасцьпашырыцьрынкізбыту і
павялічыцьаб'ёмпродажаў, павысіцьканкурэнтаздольнасцьпрадпрыемства УП
«Віток».

Аўтарпрацыпацвярджае, штопрыведзеныя ў ёйразлікова-
аналітычныматэрыялправільна і аб'ектыўнаадлюстроўваюць стан
доследнагапрацэсу, а запазычаныя з літаратурныхкрыніцтэарэтычныя,
метадалагічныя і метадычныяпалажэнні і
канцэпцыісуправаджаюццаспасылкамі на іхаўтараў.

(Подпіс)

ABSTRACT

Dipthe lomnaya work: 80 s., 4 Fig., 10 table, 41 source, 4 appendix.

MARKETING ACTIVITY, THE CONCEPTS OF ADMINISTRATION OF MARKETING, CONTEMPORARY TENDENCIES, COMPLEX ANALYSIS, THE PROBLEMS OF THE ORGANIZATION OF MARKETING, ECONOMIC CHARACTERISTIC, THE EFFECTIVENESS OF MARKETING, RECOMMENDATION

Subject of the study –Unitary Enterprise «Vitok».

Object of the experiment –the marketing activity Unitary Enterprise «Vitok».

Purpose of the study: to conduct the estimation the marketing activity Unitary Enterprise «Vitok» and to develop recommendations regarding its improvement in enterprise.

Methods of the study: the general scientific methods of studies, special methods and the methods of economic analysis.

Studies and the development: the theoretical the bases of the organization of the marketing activity of organization are studied; it is carried out the analysis of the marketing activity of organization (based on the example Unitary Enterprise «Vitok»); the basic directions of the improvement of the marketing activity are developed Unitary Enterprise «Vitok».

Elements of the scientific novelty: the development of measures for the improvement of the marketing activity of enterprise.

Region of the possible practical application: the proposed to recommendation regarding the improvement marketing activities can be used in practice by the management of the enterprise Unitary Enterprise «Vitok».

Technical and economic significance: the introduction of developments will increase level and quality of marketing activity, which will make possible to enlarge the markets for sale and to increase the volume of sales, to increase competitive capacity of enterprises Unitary Enterprise «Vitok».

The author of work confirms that those given in it calculation-analytical material correctly and objectively reflect the state of the process being investigated, and the theoretical, methodological and systematic positions borrowed from the literary sources and concepts are accompanied by references to their authors.

(signature)