

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра аналитической экономики и эконометрики**

Аннотация
к дипломной работе

**АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ СП
«ФРОСТ и К» ООО**

БОЯРИН АНДРЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ

Научный руководитель:
Кандидат экономических
наук, доцент
Е.Г. Господарик

Минск, 2016

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Работа содержит: 75 страниц, 13 таблиц, 15 рисунков, 34 источника, 2 приложения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: МАРКЕТИНГ, СИСТЕМА МАРКЕТИНГА, ПОРТРЕТ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ, КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Объект исследования: анализ системы маркетинга, а также маркетинговые исследования, как инструмент получения информации для принятия рациональных управленческих решений.

Предмет исследования: система маркетинга, портрет потенциального потребителя, маркетинговые исследования: их сущность, особенности и методы проведения, а также их роль и практическое применение в деятельности организации.

Цель исследования: изучение особенностей системы маркетинга предприятия проведение количественного маркетингового исследований и анализ результатов его проведения на практике. А так же с помощью анализа результатов количественного маркетингового исследования составление портрета потенциального потребителя.

Методы исследования: метод финансово-экономического анализа, графический метод, метод оценки, методы анализа и синтеза, обобщения, прогнозирования, опроса, экономико-математические методы.

Результаты: изучен теоретический подход в определении системы маркетинга предприятия и использовании маркетинговых исследований в организации. Представлены рекомендации по результатам проведенного исследования, предложен ряд мероприятий по применению данных результатов в деятельности предприятия и разработаны основные направления совершенствования системы маркетинговых исследований в организации.

Элементы научной новизны: представлены рекомендации по результатам проведенного исследования, разработаны мероприятия по совершенствованию маркетинговых исследований для СП «Фрост и К» ООО.

Область возможного практического применения: СП «Фрост и К» ООО.

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.

ANNOTATION

The work contains: 75 pages, 13 tables, 15 figures, 34 sources, 2 annexes.

Keywords: marketing, marketing system, PORTRAIT potential consumers, quantitative marketing research.

The object of research: the analysis of the marketing system and marketing research as a tool to get information to make rational management decisions.

Subject of research: marketing system, a portrait of a potential consumer market research: their nature, characteristics and methods of implementation, as well as their roles and practical application in the organization. Objective: to study the features of the enterprise marketing system a quantitative marketing research and analysis of the results of his practice. As well as using the results of the analysis of quantitative market research compilation of the potential consumer portrait.

Methods: financial and economic analysis method, graphic method, method of evaluation, methods of analysis and synthesis, generalization, prediction, survey, economic and mathematical methods.

Results: studied theoretical approach in determining the company's marketing system and the use of marketing research in the organization. Recommendations based on the results of the study, proposed a number of measures on the application of these results in the enterprise and developed the main directions of improving the system of integrated marketing research organization.

The elements of scientific novelty: recommendations on the results of the study, developed measures to improve marketing research for the joint venture "Frost and Co" LLC.

The area of possible practical application: JV "Frost and Co" LLC. Author work confirms that resulted in her settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical, methodological and methodical aspects and concepts are accompanied by references to their authors.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Праца змяшчае: 75 старонак, 13 табліц, 15 малюнкаў, 34 крыніцы, 2 прыкладанні.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: МАРКЕТЫНГ, сістэмы маркетынгу, ПАРТРЭТ патэнцыйных спажыўцоў, колькасныя маркетынжавыя даследаванні. Аб'ект даследавання: аналіз сістэмы маркетынгу, а таксама маркетынжавыя даследаванні, як інструмент атрымання інфармацыі для прыняцця рацыянальных кіраўніцкіх рашэнняў.

Прадмет даследавання: сістэма маркетынгу, партрэт патэнцыйнага спажыўца, маркетынжавыя даследаванні: іх сутнасць, асаблівасці і метады правядзення, а таксама іх ролю і практычнае прымяненне ў дзейнасці арганізацыі.

Мэта даследавання: вывучэнне асаблівасцяў сістэмы маркетынгу прадпрыемства правядзенне колькаснага маркетынгавага даследаванняў і аналіз вынікаў яго правядзення на практыцы. А таксама з дапамогай аналізу вынікаў колькаснага маркетынгавага даследавання складанне партрэту патэнцыйнага спажыўца.

Метады даследавання: метады фінансава-эканамічнага аналізу, графічны метады, метады ацэнкі, метады аналізу і сінтэзу, абагульнення, прагназавання, апытання, эканоміка-матэматычныя метады.

Вынікі: вывучаны тэарэтычны падыход у вызначэнні сістэмы маркетынгу прадпрыемства і выкарыстанні маркетынжавых даследаванняў у арганізацыі. Прадстаўлены рэкамендацыі па выніках праведзенага даследавання, прапанаваны шэраг мерапрыемстваў па ўжыванні дадзеных вынікаў у дзейнасці прадпрыемства і распрацаваны асноўныя напрамкі ўдасканалення сістэмы маркетынжавых даследаванняў у арганізацыі.

Элементы навуковай навізны: прадстаўлены рэкамендацыі па выніках праведзенага даследавання, распрацаваны мерапрыемствы па ўдасканаленні маркетынжавых даследаванняў для СП «Фрост і К» ТАА.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: СП «Фрост і К» ТАА.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.