

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

**РЕДКОВА**  
Александра Сергеевна

**ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ В МАРКЕТИНГОВЫХ**  
**ИССЛЕДОВАНИЯХ, ИХ РОЛЬ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ В**  
**ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
старший преподаватель  
А. Г. Ветелкина

Допущена к защите

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

Зав. кафедрой инновационного менеджмента

доктор экономических наук, профессор В.Ф.Байнев

Минск, 2017

## РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Работа содержит: 73 с., 14 табл., 8 рис., 30 источников.

### МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИННОВАЦИИ, ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ

Объект исследования – улучшение маркетинговых исследований с использованием инновационных методов в организации ООО «АктивБизнесПлюс».

Предмет исследования: организационно-управленческие отношения, складывающиеся в процессе совершенствования маркетинговых исследований.

Цель исследования: с учетом теоретических и практических основ выявить пути совершенствования маркетинговых исследований с использованием инновационных методов в компании ООО «АктивБизнесПлюс»

Методы исследования: методы анализа и синтеза, обобщения, прогнозирования, опроса, экономико-математические методы.

Результаты: изучен теоретический подход в определении и использовании маркетинговых исследований в организации, проанализирована стратегическая деятельность в ООО «АктивБизнесПлюс», разработаны пути совершенствования маркетинговых исследований в процессе разработки инновационной стратегии развития ООО «АктивБизнесПлюс».

Элементы научной новизны: разработаны мероприятия по совершенствованию маркетинговых исследований в процессе разработки инновационных методов развития ООО «АктивБизнесПлюс».

Область возможного практического применения: ООО «АктивБизнесПлюс».

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.

## **SUMMARY OF THE THESIS**

The work contains: 73 pages, 14 tables, 8 figures, 30 sources.

**MARKETING, MARKETING RESEARCH, INNOVATION, INNOVATIVE METHODS**

The object of research: the improvement of marketing research in the development of innovative methods of development of the organization of LTD "ActiveBusinessPlus".

Subject of research: organizational and managerial relations in the process of improving the marketing research.

Objective: taking into account the theoretical and practical basis to identify ways to improve market research in the development of innovative development methods of LTD "ActiveBusinessPlus".

Methods: methods of analysis and synthesis, generalization, prediction poll, economic and mathematical methods.

Results: the theoretical approaches in identifying and using of marketing research in the organization, strategic activities were analyzed and marketing researches were evaluated in company LTD "ActiveBusinessPlus", the ways were developed to improve marketing research in the development of innovative development strategy of LTD "ActiveBusinessPlus" to assess the economic efficiency implementation of the strategy.

The elements of scientific novelty: the measures were developed to improve market research in the development of innovative development methods of LTD "ActiveBusinessPlus".

The area of possible practical application: LTD "ActiveBusinessPlus".

The author of the work confirms that resulted in her settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all theoretical, methodological and methodical positions and concepts, borrowed from literature and other sources, are accompanied by references to their authors.