# ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

**«ИНСТИТУТ БИНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»**

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования Аннотация к дипломной работе**

# ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОДО «ВИТАЛЮР» НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ

ЯНЧИК Дарья Юрьевна

Руководитель

Гопка Елена Алексеевна

 старший преподаватель

2018

Дипломная работа: 64 с., 7 рис., 31 табл., 49 источников, 4 прил.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОДО «ВИТАЛЮР» НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ

Цель работы – разработка предложений по повышению эффективности деятельности ОДО «Виталюр» на основе внедрения маркетинговых инноваций.

Для достижения цели работы были поставлены следующие **задачи:**

1. Изучить теоретические основы инновационного маркетинга;
2. Рассмотреть и проанализировать инструменты инновационного маркетинга в ОДО «Виталюр»;
3. Дать организационно-экономическую характеристику ОДО «Виталюр»;
4. Провести маркетинговое исследование на основе расчета индекса лояльности потребителей NPS;
5. Разработать проект по улучшению деятельности предприятия;
6. Сделать SWOT-анализ, а также экономический расчет эффективности предлагаемого проекта**.**

Объектом данного исследования является предприятие ОДО «Виталюр».

Предметом исследования является маркетинговая деятельность ОДО «Виталюр».

Методы исследования: общенаучные методы исследований: системные, аналитические, статистические, маркетинговые.

В работе использованы учебные материалы по маркетингу, рекламе, а также материалы средств массовой информации, данные объекта исследования и собственные разработки автора.

Исследования и разработки: рассмотрены теоретические основы инновационной маркетинговой деятельности: сущность, этапы и виды инновационного маркетинга, проведена оценка маркетинговой деятельности ОДО «Виталюр», рассчитан индекс лояльности потребителей NPS, разработан проект по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия, сделан SWOT-анализ, а также анализ экономической эффективности внедрения предлагаемого проекта.

Технико-экономическая и социальная значимость проведенного исследования заключается в том, что применение его результатов на практике может повысить экономическую эффективность деятельности предприятия.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствования сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная работа: 64 с., 7 мал., 31 табл., 49 крынiц, 4 дадаткаў.

ПАВЫШЭННЕ ЭФЕКТЫЎНАСЦІ ДЗЕЙНАСЦІ ТДА «ВІТАЛЮР» НА АСНОВЕ УКАРАНЕННЯ МАРКЕТЫНГАВЫХ ІНАВАЦЫЙ

Мэта працы – распрацоўка прапаноў па павышэнню эфектыўнасці дзейнасці ТДА «Вiталюр» на аснове ўкаранення маркетынгавых інавацый.

Для дасягнення мэты работы былі пастаўлены наступныя задачы:

1. Вывучыць тэарэтычныя асновы інавацыйнага маркетынгу;

2. Разгледзець і прааналізаваць інструменты інавацыйнага маркетынгу ў ТДА «Віталюр»;

3. Даць арганізацыйна-эканамічную характарыстыку ТДА «Віталюр»;

4. Правесці маркетынгавае даследаванне на аснове разліку індэкса лаяльнасці кліентаў NPS;

5. Распрацаваць праект па паляпшэнні дзейнасці прадпрыемства;

6. Зрабіць SWOT-аналіз, а таксама эканамічны разлік эфектыўнасці прапанаванага праекта.

Аб’ектам дадзенага даследавання з’яўляецца прадпрыемства ТДА «Вiталюр».

Прадметам даследавання з’яўляецца маркетынгавая дзейнасць ТДА «Вiталюр».

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады даследаванняў: сiстэмныя, аналiтычныя, статыстычныя, маркетынгавыя.

У працы выкарыставаныя навучальныя матэрыалы по маркетынгу, рэкламе, таксама матэрыялы сродкаў масавай инфармацыi, дадзеныя аб’екта даследавання i ўласныя распрацойкi аўтара.

Даследаваннi i распрацоўкi: разгледжаны тэарэтычныя асновы інавацыйнай маркетынгавай дзейнасці: сутнасць, этапы і віды інавацыйнага маркетынгу, была праведзена ацэнка маркетынгавай дзейнасці ТДА «Віталюр», разлічаны індэкс лаяльнасці клiентаў NPS, распрацаваны праект па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства, зроблены SWOT-аналіз, а таксама аналіз эканамічнай эфектыўнасці ўкаранення прапанаванага праекта.

Тэхнiка-эканамiчная i сацыяльная значнасць праведзенага даследавання заключаецца у тым, што прымяненне яго вынiкаў на практыцы можа павысiць эканамiчную эфектыўнасць дзейнасцi прадпрыемства.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены у ёй матэрыял правiльна i аб’ектыўна адлюстроувае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаннi суправаджаюцца спасылкамi на iх аўтараў.

Thesis: 64 p., Figures 7, Table 31, 49 sources, 4 app.

IMPROVEMENT OF THE ALC «VITALUR» EFFECTIVENESS BASED ON IMPLEMENTATION OF MARKETING INNOVATIONS

The aim –proposal development for increasing the efficiency of the the ALC «Vitalur» effectiveness because of based on implementation of marketing innovations.

To achieve the aim of the work, the following tasks were set:

1. To study the theoretical foundations of innovative marketing;

2. To consider and analyze the tools of innovative marketing in ODO "Vitalur";

3. To give the organizational and economic characteristics of ODO "Vitalur";

4. Carry out a marketing research based on the calculation of the consumer loyalty index NPS;

5. Develop a project to improve the activities of the enterprise;

6. Make a SWOT analysis, as well as an economic calculation of the effectiveness of the proposed project.

The object of this study is the ALC «Vitalur».

The study is the marketing activity of the ALC «Vitalur».

Methods of research: scientific research methods: an analytical, statistical, marketing system.

Used in the work of educational materials on marketing, advertising, and media materials, data of the object of research and development of the author.

Research and development: theoretical bases of innovative marketing activity are considered: the essence, stages and types of innovative marketing, the marketing activity of ALC « Vitalur», the Net Promoter Score was calculated, the effectiveness improvement project was developed, a SWOT analysis was made, as well as an analysis of the cost-effectiveness of implementing the proposed project.

Feasibility and social significance of the study is that the use of its results in practice can increase the economic efficiency of enterprise activity.

The author acknowledges that some of the material correctly and objectively reflects the state of the investigated process and all borrowings accompanied by links to their authors.