


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА  
БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»**

**Факультет бизнеса  
Кафедра бизнес-администрирования**

Дипломная работа

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЧУП «АРТШИК-АГЕНТСТВО» И  
НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

ШВЕД Анастасия Витальевна

Научный руководитель:  
Кандидат психологических наук, доцент  
кафедры бизнес-коммуникаций  
 Н.М. Плескачёва

Допущена к защите  
«22» мая 2018 г.

Заведующий кафедрой бизнес-администрирования,  
кандидат экономических наук, доцент

 Ю.Ю.Королёв

Минск, 2018

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 76с., 13 рис., 10 табл., 38 источников, 6 приложений  
**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, МАРКЕТИНГ-МИКС, ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГ КОНЦЕРТНО-ГАСТРОЛЬНЫХ УСЛУГ, КОНЦЕРТНО-ГАСТРОЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.**

**Объектом** данного исследования является предприятие ЧУП «Артшик-агентство».

**Предметом** исследования является маркетинговая деятельность ЧУП «Артшик-агентство».

**Цель** работы – совершенствование маркетинговой деятельности ЧУП «Артшик-агентство».

**Методы исследования:** эмпирический, экономико-статистический, экспертных оценок, корреляционно-регрессионный анализ, экономико-математическое моделирование.

В работе использованы учебные материалы по маркетингу, экономическому анализу, маркетинговой деятельности, рекламе, а также материалы средств массовой информации, научные статьи, ресурсы удаленного доступа, данные объекта исследования и собственные разработки автора.

**Исследования и разработки:** рассмотрены теоретические основы маркетинговой деятельности: понятие, задачи и значение маркетинговой деятельности и маркетингового анализа, виды источников информации для анализа рынка сбыта услуг; дана краткая экономическая характеристика и проведена оценка маркетинговой деятельности ЧУП «Артшик-агентство», разработаны мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия и оценен экономический эффект от их внедрения.

**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.



## РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 76с., 13 мал., 10 табл., 38 крыніц, 6 дадаткаў  
**МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, АНАЛІЗ МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦІ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, МАРКЕТЫНГ-МІКС, ТАРГЕТЫРАВАНАЯ РЭКЛАМА, КАНТЭКСТНАЯ РЭКЛАМА, МАРКЕТЫНГ КАНЦЭРТНА-ГАСТРОЛЬНЫХ ПАСЛУГ, КАНЦЭРТНА-ГАСТРОЛЬНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ.**

**Аб'ектам** даследавання з'яўляецца прадпрыемства ЧУП «Артшык-агентство».

**Прадметам** даследавання з'яўляецца маркетынговая дзейнасць ЧУП «Артшык-агентство».

**Мэта** працы – удасканаленне маркетынгавай дзейнасці ЧУП «Артшык-агентство».

**Метады даследавання:** эмпірычны, эканоміка-статыстычны, экспертных ацэнак, карэляцыйна-рэгрэсійны аналіз, эканоміка-матэматычнае мадэляванне.

У працы выкарастаны навучальныя матэрыялы па маркетынгу, эканамічнаму аналізу, маркетынгавай дзейнасці, рэкламе, а таксама матэрыялы сродкаў масавай інфармацыі, навуковыя артыкулы, рэсурсы аддаленага доступу, дадзеныя аб'екта даследавання і ўласныя распрацоўкі аўтара.

**Даследаванні і распрацоўкі:** разгледжаны тэарэтычныя асновы маркетынгавай дзейнасці: паняцце, задачы і значэнне маркетынгавай дзейнасці і маркетынгавага аналізу, віды крыніц інфармацыі для аналізу рынка збыту паслуг; дадзена скарачанная эканамічная характэрыстыка і праведзена ацэнка маркетынгавай дзейнасці ЧУП «Артшык-агентство», распрацаваны мерапрыемствы па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства і ацэнены эканамічны эффект ад іх укаранення.

**Тэхніка-эканамічная і сацыяльная значнасць праведзенага даследавання** заключаецца ў тым, што прымяненне яго вынікаў на практыцы можа павысіць эканамічную эфектыўнасць дзейнасці прадпрыемства.

Аўтар працы пацаярджае, што прыведзены ў ёй матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

## SUBSTRACT

Thesis: 76p., 13 figures, 10 tables, 38 sources, 6 applications  
MARKETING EFFORTS, ANALYSIS OF MARKETING EFFORTS,  
MARKETING COMMUNICATIONS, MARKETING-MIX, TARGETED  
ADVERTISING, CONTEXTUAL ADVERTISING, MARKETING OF CONCERT  
AND TOUR SERVICES, CONCERT AND TOUR EFFORTS.

**The object** of the research is the PUE «Artshik-agency».

**The subject** is the marketing efforts of PUE «Artshik-agency».

**The aim** – improvement of the marketing efforts of PUE «Artshik-agency».

**Methods of research:** empirical, economical-statistical, expert assessments, correlation and regression analysis, economical-mathematical modeling.

Author used educational materials in marketing, economic analysis, marketing efforts, advertising, as well as the media materials, scientific articles, internet-resources, data research facility and author's development.

**Research and development:** reviewed fundamentals of marketing efforts: the nature, goals and meaning of marketing efforts, types of sources of information for analysis of market services; brief economic characteristics and estimation of marketing efforts of PUE «Artshik-agency» were given, developed measures of improvement of marketing efforts of organization and estimated economic effect from their implementation.

**Technical, economical and social significance of the research** is that the use of its results in practice can increase the economic efficiency of enterprise activity.

The author confirms that the material properly and objectively reflects the state of the analyzed process and all borrowings are accompanied by links to their authors.