**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ (на примере ЧУП «Центр эстетической Медицины Хиневич и К»)**

АЛЯКРИЦКАЯ Дарья Ильинична

Руководитель

Лемешевская Людмила Владимировна,

кандидат экономических наук

2014

# **РЕФЕРАТ**

Дипломная работа включает 77 страниц, 10 таблиц, 2 рисунка и 49 источников.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПРЕДПРИЯТИЕ, УПРАВЛЕНИЕ, ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА

Целью данной дипломной работы является изучение организации и осуществление маркетинговой деятельности на предприятии ЧУП «Центр эстетической медицины Хиневич и К», выявление путей повышения ее эффективности.

Объект исследования: ЧУП «Центр эстетической медицины Хиневич и К».

Предмет исследования– маркетинговая деятельность ЧУП «Центр эстетической медицины Хиневич и К».

Методы исследования: статистический, анализ факторов внешней и внутренней среды, SWOT - анализ.

Исследования и разработки: разработан проект мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности.

В работе проведен обзор теоретических вопросов по организации маркетинга; исследование хозяйственной деятельности предприятия; организация маркетинговой деятельностью, предложены мероприятия по повышению эффективности маркетинговой деятельности.

Область возможного практического применения проведенных исследований: состоит в возможности использования результатов исследований в хозяйственной деятельности предприятия.

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.

**SUMMARY**

The thesis includes 77 pages, 10 tables, 2 and figure 49 sources.

MARKETING, MARKETING INFORMATION SYSTEM, MARKETING, ENTERPRISE, MANAGEMENT, TRADE POLICY, EFFICIENCY, MARKETING COMPLEX

The aim of this thesis is to study the organization and implementation of marketing activity at the private unitary enterprise "Center of aesthetic medicine Khinevich and K" identify ways to increase its efficiency.

Object of study: private unitary enterprise "the Center of aesthetic medicine Khinevich and K".

Subject of research - marketing activity of private unitary enterprise "the Center of aesthetic medicine Khinevich and K".

Research methods: statistical analysis of factors of external and internal environment, the SWOT analysis.

Research and development: developed the project of measures on increase of efficiency of marketing activity.

The paper presents a review of theoretical questions on the organization of marketing research of the economic activity of the enterprise, organization of marketing activities, the measures on increase of efficiency of marketing activity.

The area of possible practical application of the research were consists in the possibility of using the results of research in economic activity of the enterprise.

The author proves that you are calculating and analytical material correctly and objectively reflect the state of the investigated process and borrowed from literary sources theoretical, methodological and methodical concepts accompanied by links to their authors.