**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «ЕВРОЗИП-ЗАПАСКА» И НАПВРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

ШЕМЕНКОВА Диана Юрьевна

Руководитель

Чайковская Юлия Валерьевна,

кандидат экономических наук, доцент

2014**Реферат**

Дипломная работа: 76 с., 4 рис., 14 табл., 52 источника, 3 прил.

МАРКЕТИНГовая деятельность, КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ, СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ, ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГА, рекомендации

 Объект исследования – ООО «ЕвроЗИП-ЗАПАСКА».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность ООО «ЕвроЗИП-ЗАПАСКА».

Цель исследования: провести комплексный анализ маркетинговой деятельности ООО «ЕвроЗИП-ЗАПАСКА» и разработать рекомендации по ее совершенствованию на предприятии.

Методы исследования: общенаучные методы исследований, специальные методы и приемы экономического анализа.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы организации маркетинговой деятельности организации; проведен анализ маркетинговой деятельности организации (на примере ООО «ЕвроЗИП-ЗАПАСКА»); разработаны основные направления совершенствования маркетинговой деятельности ООО «ЕвроЗИП-ЗАПАСКА».

Элементы научной новизны: разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Область возможного практического применения: предложенные рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности могут быть применены на практике руководством предприятия ООО «ЕвроЗИП-ЗАПАСКА».

Технико-экономическая значимость: внедрение разработок повысит уровень и качество маркетинговой деятельности, что даст возможность расширить рынки сбыта и увеличить объем продаж, повысить конкурентоспособность предприятия ООО «ЕвроЗИП-ЗАПАСКА».

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.

**ABSTRACT**Thesis: 76. 4 Fig., Table 14., 52 source 3 adj.

Marketing activities, marketing management CONCEPTS, TRENDS, complex analysis, PROBLEMS OF MARKETING, economic performance, marketing effectiveness, RECOMMENDATIONS

           Object of research - LLC "EvroZIP-reserve". Subject of research - Marketing, LLC "EvroZIP-reserve". PURPOSE: To conduct a comprehensive analysis of the marketing activity of LLC "EvroZIP-reserve" and develop recommendations on how to improve the enterprise. Methods: scientific methods of research, special methods and techniques of economic analysis.

Research and development: theoretical foundations studied the organization of marketing activities of the organization; analyzed the marketing activities of the organization (for example, Ltd. "EvroZIP-reserve"); developed key issues for improving marketing activities "EvroZIP-reserve". Elements of scientific innovation: the development of measures to improve the marketing of the company.

Realm of the possible practical applications: proposed recommendations to improve marketing activities can be practiced leadership of LLC "EvroZIP-reserve".
Techno-economic importance: the introduction of developments increase the level and quality of marketing activities, which will enable to expand markets and increase sales, improve the competitiveness of enterprises, LLC "EvroZIP-reserve".
Copyright work confirms that the information they cash-analytical material correctly and objectively reflect the status of the test process, and borrowed from the literature theoretical and methodological terms and concepts are accompanied by references to their authors.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
(signature)