**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**«МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ»**

ГЛАДКАЯ Ольга Викторовна

Руководитель

ЛУКИН Сергей Владимирович

доктор. экономических наук, профессор

2014

**РЕФЕРАТ**

Дипломная работа: 84с., 19 рис., 13 табл., 65 источников, 4 прил.

СФЕРА УСЛУГ, ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕКЛАМА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объект исследования – пиццерия «Пицца Темпо».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность организации.

Цель работы: изучить маркетинговую деятельность организации и разработать рекомендации по ее совершенствованию.

Методы исследования: формально-логические методы исследования (сравнение, классификация, обобщение, выводы); методы индукции и дедукции; методы маркетинговых исследований; экономико-математические методы (расчет относительных и абсолютных отклонений, определение темпов роста).

Исследования и разработки: определены основные направления совершенствования маркетинговой деятельности пиццерии «Пицца Темпо».

Элементы научной новизны: разработка стратегии по оптимизации маркетинговой деятельности предприятия.

Область возможного практического применения: предложенные рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности ресурсами могут быть применены на практике предприятиями сферы общественного питания.

Технико-экономическая значимость: внедрение разработок повысит эффективность маркетинговой деятельности пиццерии «Пиццы Темпо», что отразится на росте показателей прибыли и рентабельности.

Автор работы подтверждает, что приведенные в ней расчетно-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: 84c . , 19 Fig. , Table 13 . , 65 sources , 4 adj.

Services, catering, marketing, marketing , advertising , EFFICIENCY

Object of research - pizzeria " Pizza Tempo ."

Subject of research - marketing activities of the organization .

Objective: To study the marketing activities of the organization and to develop recommendations for its improvement.

Methods: formal- logical research methods (comparison , classification, generalization of the findings ); methods of induction and deduction ; methods of marketing research ; economic-mathematical methods (calculation of relative and absolute deviations definition growth ) .

Research and development : the main directions of improving marketing activities pizzeria " Pizza Tempo ."

Elements of scientific innovation : the development of a strategy for optimizing the marketing activities of the enterprise .

Realm of the possible practical applications : the proposed recommendations to improve marketing resources can be applied in practice, public catering enterprises Techno- economic importance : the introduction of developments enhance the effectiveness of marketing activities pizzeria " Pizza Tempo " that affect the growth of earnings and profitability .

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.