

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра международного менеджмента**

КУЛАГА  
Юлия Сергеевна

**КОМПЛЕКСНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ  
РОЛЬ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ОРГАНИЗАЦИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук,  
доцент  
Н.Г.Грек

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_г.

Зав. кафедрой международного менеджмента  
доктор экономических наук, доцент С.В.Лукин

---

Минск, 2015

## РЕФЕРАТ

Работа содержит: 74 с., 17 рисунков, 18 таблиц, 59 источников, 2 приложения.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, АНАЛИЗ РЫНКА, ВНЕШНЯЯ И ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА

**Цель работы** - на основе анализа комплексных маркетинговых исследований разработать рекомендации по совершенствованию деятельности в организации ОДО «Дисвея»

**Объект исследования** – комплексные маркетинговые исследования.

**Предмет исследования** – мероприятия по совершенствованию деятельности предприятия.

**Методы исследования:** сравнительного анализа, аналитические и статистические методы исследования и обработки данных, графический метод.

**Исследования и разработки:** рассмотрены цели, задачи, основные понятия маркетинговых исследований, источники информации и их роль в информационном обеспечении деятельности организации; изучена первичная и вторичная информация и методы работы с ней; дана организационно-экономическая характеристика деятельности организации, а также проводимые в организации маркетинговые исследования; разработан комплекс мероприятий по развитию организации.

**Практическая значимость:** внедрение предложенных мероприятий повысит эффективность организации и управления маркетинговой деятельностью в ОДО «Дисвея», что обеспечит привлечение новых покупателей, формирование благоприятного имиджа и улучшение финансового положения организации.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

---

## РЭФЕРАТ

Работа утрымвае: 74 с., 17 малюнкаў., 18 табл., 59 крыніц, 2 дадатка.

Ключавыя словы: **МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ІНФАРМАЦЫЯ, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГА, ІНФАРМАЦЫЙНАЕ ЗАБЕСПЯЧЭННЕ, АНАЛІЗ РЫНКА, ЗНЕСННЯ І ЁНУТРАНАЕ АСЯРОДДЗЕ**

**Мэта работы:** на аснове аналіза комплексных маркетынговых даследаванняў распрацаваць рэкамендацыі па ўдасканаленню у арганізацыі ОДА «Дысвея»

**Аб’ект даследавання** – комплексныя маркетынжавыя даследаванні.

**Прадмет даследавання** - мерапрыемствы па ўдасканаленні дзейнасці на прадпрыемстве.

**Метады даследавання:** параўнальнага аналіза, аналітычныя і статыстычныя метады даследавання і апрацоўкі дадзеных, графічны метад.

**Даследавання і распрацоўкі:** разгледжаны мэты, задачы, асноўныя паняцці маркетынговых даследаванняў, крыніц інфармацыі і іх роля ў інфармацыйным забеспячэнні дзейнасці арганізацыі; вывучана першасная і другасная інфармацыя і метады работы з ёю; дадзена арганізацыйна-эканамічная характарыстыка дзейнасці арганізацыі, а таксама правадзімыя ў арганізацыі маркетынжавыя даследаванні; якія ўжываюцца ў арганізацыі і распрацаваны комплекс мерапрыемстваў па ўдасканаленню інфармацыйнага забеспячэння.

**Практычная значнасць:** укараненне прапанаваных мерапрыемстваў павысіць эфектыўнасць арганізацыі і кіравання маркетынгавай дзейнасцю ў ОДА «Дысвея», што забяспечыць прыцягненне новых пакупнікоў, фарміраванне спрыяльнага іміджу і паляпшэння фінансавага становішча арганізацыі.

Аўтар работы падцверджвае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб’ектыўна адлюстроўвае стан даследуемага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

---

## ABSTRACT

The project contains: pages - 74, figures - 17, tables - 18, sources - 59, adjectives – 2

Key terms: MARKETING RESEARCH, MARKETING INFORMATION, MARKETING MIX, DATAWARE, MARKET ANALYSIS, INTERNAL AND EXTERNAL ENVIRONMENT

Aim of the work: to develop recommendations for the improvement of marketing research in the organization " Disveya " through the analysis of practices.

**Object of research** – measures on improvement of activity of the company.

**Subject of research:** integrated marketing system in the company.

**Methods of research:** comparative analysis, analytical and statistical methods or reseachs and data processing , graphical methods.

**Research and developments:** goals, objectives, basic concepts of marketing research was considered, as well as sources of information and their role in the information activities of the organization; source and secondary information and methods of work with information was studied, the organizational and economic characteristics of the activity of the organization was given and the marketing researchers which was conducted in the organization was also viewed; the efficiency of existing sources of information in the organization was calculated and a range of measures to improve information provision was developed.

**Operational significance:** the introduction of the proposed measures will improve the efficiency of the organization and management of marketing activity in " Disveya " that will attract new customers, formation of favorable image and improving the financial situation of the organization.

The author of the work confirms that settlement and analytical material that are presented in the work correctly and objectively reflects the State of the process, and all the theoretical, methodological and methodical provisions and concepts that were borrowed from literary and other sources are accompanied by the links to their authors.

---