ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»

БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Факультет бизнеса

Кафедра бизнес – администрирования

Аннотация к дипломной работе

 ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТОВОЙ И РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ТЦ «ЗАМОК»

 ДОРОХОВА Марина Сергеевна

 Руководитель

 Ефременко Наталья Васильевна

 кандидат экономических наук, доцент

 2015

Дипломная работа: 68 с., 4рис., 5 табл.,36 источников.

Маркетинг, сбытовая деятельность, рекламная деятельность, стратегия маркетинга, сбытовая политика

Целью дипломной работы является : проведение анализа организации сбытовой и рекламной деятельности на предприятии и определить пути их совершенствования.

 В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить и систематизировать теоретические положения, характеризующие сущность, специфику отрасли рынков сбыта, предприятий на потребительском рынке, раскрыть содержание "эффективность управления производительностью труда" в условиях рыночной экономики;

2. Проанализировать эффективность деятельности ТЦ«Замок» на потребительском рынке;

3. Разработать рекомендации по повышению эффективности управления производительностью труда ТЦ«Замок».

Объектом исследования моей дипломной работы является предприятие розничной торговли – ТЦ «Замок».

Предмет исследования**:** эффективность управления деятельности рынка сбыта розничной торговли.

Методы исследования: основными методами исследования являются системно – структурный, причинно – следственный, сравнительный, факторный, функциональный и статистический анализ, экспертные оценки и наблюдения, экономическая интерпретация полученных результатов и др.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при создании и организации деятельности ресторанного бизнеса и других объектов в сфере общественного питания.

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

Thesis: 68 sec., 4ris., Table 5. 36 sources.

MARKETING, SALES ACTIVITY, PROMOTIONAL ACTIVITISE, MARKETIN GSTRATEGEY, SALES POLICY

The aim of the thesis is: to analyze the organization of marketing and promotional activities in the enterprise and identify ways to improve them.

            As part of achieving this goal by the author were as follows:

1. To study and systematize the theoretical principles that characterize the essence, industry-specific markets, companies in the consumer market, disclose the content of "efficiency performance management" in a market economy;

2. To analyze the effectiveness of the shopping center "The Castle" on the consumer market;

3. Develop recommendations for improving performance management shopping center "The Castle".

The object of study of my thesis is the retailer - the shopping center "The Castle".

Subject of research: the effectiveness of the control activities of the retail market.

Methods of research: basic research methods are systemic - structural, cause - effect, comparative, factorial, functional and statistical analysis, expert evaluation and monitoring, economic interpretation of the results, etc..

The area of ​​possible practical application: the proposed solutions can be used in practice in the creation and organization of the restaurant business and other facilities in catering.

          The author of the work confirms that resulted in the thesis work settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process and all borrowing from the literature theoretical, methodological and methodical positions and concepts are accompanied by references to their authors.