

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра менеджмента и экономики социальной сферы

БОБЕР

Виктория Николаевна

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА
ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ПОДО ОНЕГА)**

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель:
Кандидат экономических наук,
доцент Воробьева Е.М.

Допущена к защите

« ____ » _____ 2016 г.

Зав. кафедрой менеджмента и экономики социальной сферы,
кандидат экономических наук, доцент И.С. Полоник

МИНСК, 2016

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 67 с., 10 рис., 11 табл., 45 источников, 1 прил.
МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, УПРАВЛЕНИЕ, СБЫТ,
КОНКУРЕНЦИЯ, ТОВАРЫ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ, МАРКЕТИНГ,
РЕКЛАМА, СТИМУЛИРОВАНИЕ.

Объект исследования – Объект исследования – ПОДО «Онега».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность ПОДО «Онега».

Цель работы: Рассмотреть теоретические аспекты маркетинговой деятельности, проанализировать финансовую, хозяйственную и маркетинговую деятельность организации ПОДО «Онега». Выявить и изучить проблемы ПОДО «Онега» по совершенствованию маркетинговой деятельности. Дать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности.

Методы исследования: сравнительного анализа, анализа хозяйственной деятельности, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: изучены перспективные направления развития маркетинговой деятельности, определены неиспользованные резервы улучшения качества продукции и причины неудовлетворенности потребителей; разработаны конкретные предложения по совершенствованию рекламы и продвижению продукции.

Технико-экономическая, социальная и (или) экологическая значимость: внедрение новой методики повысит объективность оценки удовлетворенности потребителей.

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.

ANNOTATION

Diploma work: 67 p., 10 p., 11 tables, 45 sources, 1 app.

MARKETING ACTIVITIES, MANAGEMENT, MARKETING, COMPETITION,
CONSUMER GOODS, MARKETING, ADVERTISING, PROMOTION

Object of research – PALC «Onega».

Subject-matter of research – Marketing activities of PALC «Onega».

The work purpose: To consider the theoretical aspects of marketing activities to analyze the financial, economic and marketing activities of the PALC «Onega». To identify and study the problems of PALC «Onega» to improve marketing activities. To give recommendations for improving marketing activities.

Research methods: comparative analysis of business analysis, SWOT analysis.

Research and development: studied the prospective directions of marketing activity and identifies unused reserves to improve product quality and causes of consumer dissatisfaction; developed specific proposals to improve the advertising and promotion of products.

Technical and economic, social and (or) ecological significance: the introduction of the new methods will increase the objectivity of the evaluation of customer satisfaction.

The author confirms that there is settlement the analytical material correctly and objectively reflects a condition of researched process, and all borrowed from literary and other sources the theoretical, methodological and methodical principles and concepts are accompanied by references to their authors.