

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра управления недвижимостью

БЕЛЯВЦОВА
Алёна Николаевна

МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ
ЧТУП «САЛОН СПОРТИВНЫХ ТРЕНАЖЕРОВ»)

Дипломная работа

Научный руководитель:
магистр экономических наук
старший преподаватель
Н.А. Устюшенко

Допущена к защите
«___» _____ 2016 г.
Зав. кафедрой управления недвижимостью
_____ Т. В. Борздова
кандидат технических наук, доцент

Минск, 2016

реферат

Дипломная работа: 71с., 13 табл., 41 источник

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, ФУНКЦИЯ, АНАЛИЗ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ.

Объект исследования: маркетинговая деятельность частного торгового унитарного предприятия «Салон спортивных тренажеров».

Предмет исследования: инструменты маркетинга, способствующие повышению конкурентоспособности предприятия.

Цель работы – разработать систему маркетинговых мероприятий для повышения конкурентоспособности ЧТУП «Салон спортивных тренажеров».

Методологической основой работы являются фундаментальные труды ученых в области мотивации и стимулирования трудовой деятельности.

В процессе работы были раскрыты теоретико-методологические аспекты: сущность и функции маркетинга, основные маркетинговые стратегии повышения конкурентоспособности организации. Осуществлен анализ маркетинговой деятельности ЧТУП «Салон спортивных тренажеров», приведены организационно-экономические сведения, а также были выявлены проблемы и недостатки процессов маркетинговой деятельности как фактора конкурентоспособности в ЧТУП «Салон спортивных тренажеров». Результатом проведенного исследования стало предложение направлений совершенствования процессов маркетинга для повышения конкурентоспособности в ЧТУП «Салон спортивных тренажеров».

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 и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 71 с., 13 табл., 41 крыніца

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГ, СТРАТЭГІЯ, ФУНКЦЫЯ, АНАЛІЗ КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦІ, РЭКЛАМА, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, РЭКЛАМНАЯ КАМПАНІЯ.

Аб даследаванні: маркетынговая дзейнасць прыватнага гандлевага унітарнага прадпрыемства «Салон спартыўных трэнажораў».

Прадмет даследавання: інструменты маркетынга, якія спрыяюць павышэнню канкурэнтаздольнасці прадпрыемства.

Мэта работы – распрацаваць сістэму маркетынгавых мерапрыемстваў для павышэння канкурэнтаздольнасці ПГУП «Салон спартыўных трэнажораў».

Метадалагічнай асновай працы з узяцця чонах у вобласці матывацыі і стымулявання працоўнай дзейнасці.

У працэсе работы былі раскрыты тэарэтыка-метадалагічныя аспекты: сутнасць і функцыі маркетынга, асноўныя маркетынжавыя стратэгіі павышэння канкурэнтаздольнасці прадпрыемства. Ажыццяўлен аналіз маркетынгавай дзейнасці ПГУП «Салон спартыўных трэнажораў», прыведзены арганізацыйна-эканамічныя звесткі, а таксама былі выяўлены праблемы і недахопы працэсаў маркетынгавай дзейнасці як фактара канкурэнтаздольнасці ў ПГУП «Салон спартыўных трэнажораў». Вынікам праведзенага даследавання стала прапанова напрамкаў удасканалення працэсаў маркетынга для павышэння канкурэнтаздольнасці ў ПГУП «Салон спартыўных трэнажораў».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектна адлюстроўвае працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтара.

ESSAY

Graduate work: 71p, 13 Tables, 41 sources

Keywords: MARKETING, STRATEGY, FUNCTIONS, ANALYSIS, COMPETITIVENESS, ADVERTISING, MARKETING ACTIVITIES, ADVERTISING CAMPAIGNS.

The object of study: the marketing activities of the private trading unitary enterprise «Centre of sports simulators».

The subject study: marketing tools that improve the competitiveness of enterprise.

Goal of the work – develop marketing activities to increase the competitiveness PTUE «Centre of sports simulators».

The methodological basis of the work are the fundamental works of scientists in the field of motivation and stimulation of labor activity.

In the process of theoretical and methodological aspects were revealed: the nature and functions of marketing, basic marketing strategy to increase the competitiveness of the organization. The analysis of marketing activities PTUE «Centre of sports simulators», given the organizational and economic data, as well as identified problems and disadvantages of the processes of marketing activities as a factor of competitiveness PTUE «Centre of sports simulators». The result of the study was the proposal ways to improve marketing processes to increase competitiveness PTUE «Centre of sports simulators».

Author work confirms that resulted in her settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of Inves-measured body process, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological principles and concepts are accompanied by references to their authors.