

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

ИСКОРНЕВА

Ирина Владимировна

**ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ
МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЦЕПЦИИ
ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ВАКУУМНЫЕ СИСТЕМЫ»**

Дипломная работа

Научный руководитель:
профессор, кандидат
экономических наук,
доцент В. Г. Булавко

Допущена к защите

«___» _____ 2016 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из 75 страниц, 19 таблиц, 2 рисунков, 50 источников, 8 приложений.

МАРКЕТИНГ, КОНЦЕПЦИЯ, СТРАТЕГИЯ,
ИССЛЕДОВАНИЯ,
ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ЗАТРАТЫ, АНАЛИЗ, ПОКАЗАТЕЛИ, ПОВЫШЕНИЕ.

Объект исследования: предприятие ООО «Вакуумные системы».

Предмет исследования: совокупность взаимосвязей и взаимоотношений между субъектами хозяйственной деятельности ООО «Вакуумные системы».

Целью данной дипломной работы является обоснование необходимости разработки маркетинговой концепции организации.

Задачи, поставленные в дипломной работе: рассмотреть понятие и сущностное содержание маркетинговой концепции и методы; охарактеризовать формы и виды маркетинговых концепций предприятия; провести анализ хозяйственной деятельности предприятия; рассмотреть показатели и категории оценки маркетинговой концепции предприятия; охарактеризовать методический инструментарий формирования маркетинговой концепции предприятия; проанализировать проблемы развития маркетинговой концепции на предприятии; разработать предложения по повышению уровня эффективности маркетинговой концепции.

Методы исследования: сравнительного анализа, синтеза, группировок.

Исследования: дано теоретическое обоснование маркетинговой концепции предприятия; проанализирована хозяйственная деятельность ООО «Вакуумные системы» и маркетинговая деятельность на рынке; разработаны рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Элементом новизны в работе является оценка создания интернет-магазина.

Технико-экономическая, социальная и экономическая значимость заключается в том, что основные выводы и разработки могут быть использованы для повышения эффективности маркетинговой деятельности ООО «Вакуумные системы».

Автор работы подтверждает, что приведённый в ней аналитический

материал отражает тенденции в формировании и управлении банковскими рисками, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические положения сопровождаются ссылками на их авторов.

ABSTRACT

The thesis consists of 75 pages, 19 tables, 2 drawings, 50 sources, 8 appendices.

MARKETING, CONCEPT, STRATEGY, RESEARCHES, EXPENSES, ANALYSIS, INDICATORS, INCREASE.

Object of research: marketing concept of the commercial organization.

Object of research: features of formation of the marketing concept of the commercial organization LLC Vacuum Systems.

The purpose of this thesis is justification of need of development of the marketing concept of the organization.

The tasks set in the thesis: to consider concept and intrinsic contents of the marketing concept and methods; to characterize forms and types of marketing concepts of the enterprise; to carry out the analysis of economic activity of the enterprise; to consider indicators and categories of an assessment of the marketing concept of the enterprise; to characterize methodical tools of formation of the marketing concept of the enterprise; to analyze problems of development of the marketing concept at the enterprise; to develop offers on increase of level of efficiency of the marketing concept.

Research methods: comparative analysis, synthesis, groups.

Researches: theoretical justification of the marketing concept of the enterprise is given; it is analyzed economic activity of LLC Vacuum Systems and marketing activity in the market; recommendations about improvement of marketing activity of the enterprise are developed.

Novelty aspect in work is the assessment of creation of online store.

Technical and economic, social and economic importance: is that the main conclusions and developments can be used as for increase of efficiency of marketing activity of LLC Vacuum Systems.

The author of work confirms that the analytical material given to her correctly reflects tendencies in formation and management of bank risks, and all theoretical, methodological provisions borrowed from literary and other sources are followed by references to their authors.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца складае 75 старонак, 19 табліцаў, 2 малюнкi, 50 крыніц, 8 дадаткаў.

МАРКЕТЫНГ, КАНЦЭПЦЫЯ, СТРАТЭГІЯ, ДАСЛЕДАВАННІ, ЭФЕКТЫУНАСЦЬ, ВЫДАТКІ, АНАЛІЗ, ПАКАЗЧЫКІ, ПАВЫШЭННЕ.

Аб'ект даследавання: камерцыйная арганізацыя ТАА «Вакуумныя сістэмы».

Прадмет даследавання: асаблівасці фарміравання маркетынгавай канцэпцыі камерцыйнай арганізацыі ТАА «Вакуумныя сістэмы».

Мэтай дадзенай дыпломнай працы з'яўляецца абгрунтаванне неабходнасці распрацоўкі маркетынгавай канцэпцыі арганізацыі.

Задачы, пастаўленыя ў дыпломнай працы: разгледзець паняцце і сутнасць змест маркетынгавай канцэпцыі і метады; ахарактарызаваць формы і віды маркетынгавых канцэпцый прадпрыемства; правесці аналіз гаспадарчай дзейнасці прадпрыемства; разгледзець паказчыкі і катэгорыі ацэнкі маркетынгавай канцэпцыі прадпрыемства; ахарактарызаваць метадычны інструментар фарміравання маркетынгавай канцэпцыі прадпрыемства; прааналізаваць праблемы развіцця маркетынгавай канцэпцыі на прадпрыемстве; распрацаваць прапановы па павышэнню ўзроўню эфектыўнасці маркетынгавай канцэпцыі.

Метады даследавання: параўнальнага аналізу, сінтэзу, груповак.

Даследаванні: дадзена тэарэтычнае абгрунтаванне маркетынгавай канцэпцыі прадпрыемства; прааналізавана гаспадарчая дзейнасць ТАА «Вакуумныя сістэмы» і маркетынгавая дзейнасць на рынку; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці прадукцыйнасці прадпрыемства.

Элементарам навізны ў працы з'яўляецца ацэнка стварэння інтэрнэт-крамы.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная і эканамічная значнасць выключаецца у тым, што асноўныя высновы і распрацоўкі могуць быць выкарыстаны як для павышэння эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці ТАА «Вакуумныя сістэмы», так і для іншых прадпрыемстваў.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены у яе аналітычны матэрыял правільна адлюстроўвае тэндэнцыі ў фарміраванні і кіраванні банкаўскімі рызыкамі, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя,

метадалагічныя палажэнні суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.