

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

**Кафедра управления недвижимостью**

**КОСИЛО**

Надежда Викторовна

**СИСТЕМА ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**  
**В ОАО «ГУМ»**

Дипломная работа

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

Допущена к защите

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

\_\_\_\_\_ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2017

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа 52 страницы, 11 рисунков, 7 таблиц, 45 источников, 3 приложения.

*Ключевые слова:* МАРКЕТИНГ, УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ, КОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ, АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА, МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА

*Объект исследования:* ОАО «ГУМ».

*Предмет исследования:* организация маркетинговой деятельности в ОАО «ГУМ».

*Цель дипломной работы:* анализ маркетинговой деятельности и внедрение отдела маркетинга в ОАО «ГУМ».

*Задачи дипломной работы:* раскрыть сущность, цели, функции, задачи маркетинга; изучить особенности организации маркетинговой деятельности коммерческих организаций Республики Беларусь; дать оценку эффективности маркетинговой деятельности организации; описать общую характеристику деятельности ОАО «ГУМ»; проанализировать маркетинговую деятельность, а так же деятельность торгового предприятия ОАО «ГУМ»; обосновать внедрение отдела маркетинга в ОАО «ГУМ»; описать предложения по улучшению маркетинговой политики (или стратегии) в ОАО «ГУМ».

*Методы исследования:* метод системного анализа; метод комплексного подхода; метод программно-целевого планирования.

*Полученные результаты и их новизна:* раскрыта сущность, цели, функции, задачи маркетинга; изучены особенности организации маркетинговой деятельности коммерческих организаций Республики Беларусь; дана оценка эффективности маркетинговой деятельности организации; описать общую характеристику деятельности ОАО «ГУМ»; проанализирована маркетинговая деятельность, а так же деятельность торгового предприятия ОАО «ГУМ»; обосновано внедрение отдела маркетинга в ОАО «ГУМ»; описаны предложения по улучшению маркетинговой политики (или стратегии) в ОАО «ГУМ».

*Область применения, экономическая эффективность (практическая значимость):* результаты исследований могут быть рекомендованы для использования в ОАО «ГУМ», а так же на предприятиях данной отрасли.

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

Дыпломная праца 52 старонкі, 11 малюнкаў, 7 табліц, 45 крыніц, 3 прыкладання.

*Ключавыя словы:* МАРКЕТЫНГ, КІРАВАННЕ МАРКЕТЫНГАМ, КАМЕРЦЫЙНАЯ АРГАНІЗАЦЫЯ, АНАЛІЗ МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦІ, АДДЗЕЛ МАРКЕТЫНГУ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ПАЛІТЫКА.

*Аб'ект даследавання:* ААТ «ГУМ».

*Прадмет даследавання:* арганізацыя маркетынгавай дзейнасці ў ААТ «ГУМ».

*Мэта дыпломнай працы:* аналіз маркетынгавай дзейнасці і ўкараненне аддзела маркетынгу ў ААТ «ГУМ».

*Задачы дыпломнай працы:* раскрыць сутнасць, мэты, функцыі, задачы маркетынгу; вывучыць асаблівасці арганізацыі маркетынгавай дзейнасці камерцыйных арганізацый Рэспублікі Беларусь; даць ацэнку эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці арганізацыі; апісаць агульную характарыстыку дзейнасці ААТ «ГУМ»; прааналізаваць маркетынгавую дзейнасць, а гэтак жа дзейнасць гандлёвага прадпрыемства ААТ «ГУМ»; абгрунтаваць ўкараненне аддзела маркетынгу ў ААТ «ГУМ»; апісаць прапановы па паляпшэнню маркетынгавай палітыкі (або стратэгіі) у ААТ «ГУМ».

*Метады даследавання:* метады сістэмнага аналізу; метады комплекснага падыходу; метады праграмна-мэтавага планавання.

*Атрыманыя вынікі і іх навізна:* раскрытая сутнасць, мэты, функцыі, задачы маркетынгу; вывучаны асаблівасці арганізацыі маркетынгавай дзейнасці камерцыйных арганізацый Рэспублікі Беларусь; дадзена ацэнка эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці арганізацыі; апісаны агульную характарыстыку дзейнасці ААТ «ГУМ»; прааналізавана маркетынгавая дзейнасць, а гэтак жа дзейнасць гандлёвага прадпрыемства ААТ «ГУМ»; абгрунтавана ўкараненне аддзела маркетынгу ў ААТ «ГУМ»; апісаны прапановы па паляпшэнню маркетынгавай палітыкі (або стратэгіі) у ААТ «ГУМ».

*Вобласць ужывання, эканамічная эфектыўнасць (практычная значнасць):* вынікі даследаванняў могуць быць рэкамендаваныя для выкарыстання ў ААТ «ГУМ», а гэтак жа на прадпрыемствах дадзенай галіны.

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

## ESSAY

Diploma work 52 pages, 11 drawings, 7 tables, 45 sources, 3 applications.

*Key words:* MARKETING, MARKETING MANAGEMENT, COMMERCIAL ORGANIZATION, MARKETING ACTIVITY ANALYSIS, MARKETING DEPARTMENT, MARKETING POLICY.

*Object of the study:* JSC «GUM».

*Subject of the research:* organization of marketing activities in JSC «GUM».

*The purpose of the thesis:* analysis of marketing activities and implementation of the marketing department at JSC «GUM».

*The tasks of the thesis:* to reveal the essence, goals, functions, marketing tasks; To study features of marketing activities of commercial organizations of the Republic of Belarus; To assess the effectiveness of the marketing activities of the organization; Describe the general characteristics of the activities of JSC «GUM»; To analyze marketing activities, as well as the activities of the trading enterprise of JSC «GUM»; Justify the implementation of the marketing department at JSC «GUM»; Describe proposals for improving the marketing policy (or strategy) in JSC «GUM».

*Methods of research:* the method of system analysis; Method of integrated approach; Method of program-target planning.

*The obtained results and their novelty:* the essence, goals, functions, marketing tasks are revealed; The peculiarities of marketing activities of commercial organizations of the Republic of Belarus are studied; The estimation of efficiency of marketing activity of the organization is given; Describe the general characteristics of the activities of JSC «GUM»; Marketing activity is analyzed, as well as the activity of the trading enterprise of JSC «GUM»; Justified the introduction of the marketing department in JSC «GUM»; The proposals on improving the marketing policy (or strategy) at JSC «GUM» are described.

*Scope, economic efficiency (practical importance):* the results of research can be recommended for use in JSC «GUM», as well as in enterprises of this industry.

The author of work confirms that the settlement and analytical material given in her correctly and objectively reflects a condition of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical provisions and concepts borrowed from literary and other sources are followed by references to their authors.

## ВВЕДЕНИЕ

В непрерывной конкурентной борьбе за выживание и процветание всеми рыночными субъектами используются самые разные инструменты. Одним из наиболее мощных инструментов является маркетинг.

Современный маркетинг – это вполне определенная область синтезированных знаний, которые имеют универсальное значение и направлены на решение широкого спектра разного рода проблем, возникающих в процессе управления организацией. Маркетинг является одной из наиболее востребованных и значимых экономических категорий современного мира, которую необходимо анализировать и совершенствовать.

Актуальность темы данной дипломной работы заключается в том, что всё большее внимание уделяется вопросу управления маркетингом, а так же организации маркетинговой деятельности в организации.

Эффективное управление маркетингом в организации является условием стабильного динамичного развития его экономических показателей.

С помощью маркетинга идет постоянный поиск различных новых рынков, новых потребителей, новых видов продукции, а так же таких областей применения этой продукции, которые способны дать предприятию наибольшую прибыль, к чему, безусловно, стремится каждая организация.

Основной задачей любой маркетинговой службы является необходимость держать курс на покупателя и постоянно непрерывно следить за тем, что же ему нужно. Также важно следить за деятельностью конкурентов и выявлять не только их сильные, но и возможные слабые стороны, прогнозировать их рыночные действия, и потом, исходя из этого, устанавливать направления совершенствования своей маркетинговой деятельности, разрабатывать различные планы и программы, и добиваться их выполнения. Важно так же доводить информацию до всех остальных подразделений предприятия, поскольку только слаженными усилиями всех сотрудников организации можно достичь успехов в решении поставленных целей.

Основными целевыми направлениями маркетинга являются:

- максимальное удовлетворение нужд потребителей;
- повышение потребления реализуемой продукции;
- расширение ассортимента и выбора продукции;
- повысить по максимуму качества жизни.

Объект исследования моей дипломной работы – ОАО «ГУМ».

Предметом исследования дипломной работы является непосредственно система организации маркетинговой деятельности в ОАО «ГУМ».

Цель дипломной работы – на основе анализа деятельности ОАО «ГУМ» в области маркетинга разработать мероприятия по внедрению отдела маркетин-

га в ОАО «ГУМ», а так же наибольшему повышению эффективности деятельности в области маркетинга организации.

Для достижения всех поставленной цели необходимо разрешить следующие задачи:

- раскрыть суть, цели, функции, задачи маркетинга;
- изучить особенности организации маркетинговой деятельности коммерческих организаций Республики Беларусь;
- дать оценку эффективности и целесообразности маркетинговой деятельности ОАО «ГУМ»;
- проанализировать систему организации маркетинговой деятельности торговой организации ОАО «ГУМ»;
- обосновать внедрение отдела маркетинга в ОАО «ГУМ»;
- описать предложения по улучшению маркетинговой политики (или стратегии) в ОАО «ГУМ».

Методы исследования в работе:

- метод системного анализа;
- метод комплексного подхода;
- метод программно-целевого планирования.

В первой главе дипломной работы будут рассмотрены теоретико-методологические основы маркетинга коммерческих организаций, а так же оценка эффективности маркетинга организации.

Во второй главе будет проанализирована система организации маркетинговой деятельности в ОАО «ГУМ», а так же будет проведен анализ маркетинговой деятельности ОАО «ГУМ».

В третьей главе будут описаны предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности торговой организации ОАО «ГУМ».

В работе использовались различные литературные источники и материалы периодических изданий. При подготовке работы использовались фундаментальные труды таких научных деятелей, как Акулич И.А., Котлер Ф., Раицкий К.А., Суша Г.З., Лебедева С.Н., Соломантина А.Н., Синецкий Б.М. и другие, а так же устав и другие документы предприятия ОАО «ГУМ».