

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра менеджмента и экономики социальной сферы

НОВИК

Екатерина Юрьевна

**ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА
ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ СООО «БЕЛФАКТА МЕДИА»)**

Аннотация к дипломной к работе

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Н.В. Манцурова

Допущена к защите

«_____» _____ 2017 г.

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

Минск, 2017

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 80 с., 20 рис., 17 табл., 38 источников, 5 прил.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ, МАРКЕТИНГОВЫЙ КОМПЛЕКС, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ТОВАР, ЦЕНА, ПРОДВИЖЕНИЕ, РАСПРЕДЕЛЕНИЕ

Объект исследования – СООО «Белфакта Медиа».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность в СООО «Белфакта Медиа» и направления ее совершенствования.

Цель работы: совершенствование организации и управления маркетинговой деятельностью в СООО «Белфакта Медиа».

Методы исследования: монографический, общенаучные методы познания, сравнительный анализ.

Исследования и разработки: исследованы теоретические основы маркетинговой деятельности организации, проведен анализ организации маркетинговой деятельности в СООО «Белфакта Медиа», разработаны практические мероприятия по совершенствованию организации и управления маркетинговой деятельности СООО «Белфакта Медиа».

Технико-экономическая, социальная и(или) экологическая значимость: реализация предлагаемых мероприятий позволит повысить качество маркетинговой деятельности с позиции создания региональной сети на уже освоенных рынках и совершенствования информационного управления маркетинговой деятельностью в области управления взаимоотношениями с клиентами. При этом, ожидаемый общий годовой прирост чистой прибыли составит 59,63 тыс. руб. или 25,8% от величины чистой прибыли СООО «Белфакта Медиа» 2016 года.

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

Thesis work: 80 p., 20 pic., 17 tablets, 38 sources, 5 app.

MARKETING, MARKETING CONCEPT, MARKETING COMPLEX, MARKETING ACTIVITY, COMMODITY, PRICE, PROMOTION, DISTRIBUTION

The object of the research is JLLC Belfakta Media.

The subject of the research is marketing activity in JLLC "Belfakta Media" and directions of its improvement.

Objective: improving the organization and management of marketing activities in JLLC "Belfakta Media."

Methods of research: monographic, general scientific methods of cognition, comparative analysis.

Research and development: the theoretical foundations of the marketing activities of the organization are investigated, the analysis of the organization of marketing activities in JLLC "Belfakta Media" is conducted, practical measures are developed to improve the organization and management of marketing activities of JLLC "Belfakta Media".

Technical, economic, social and (or) environmental significance: the implementation of the proposed activities will improve the quality of marketing activities from the position of creating a regional network in already mastered markets and improving the information management of marketing activities in the area of customer relationship management. At the same time, the expected total annual net profit growth will be 59.63 thousand rubles. Or 25.8% of the net profit of JV "Belfakta Media" in 2016.

The author of the paper confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all theoretical, methodological and methodological provisions borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

АНАТАЦЫЯ

Дыпломная праца: 80 с., 20 мал., 17 табл., 38 крыніц, 5 прым.

МАРКЕТЫНГ, маркетынжавыя канцэпцыі, маркетынжавыя КОМПЛЕКС, маркетынгавай дзейнасці, ТАВАР, КОШТ, прасоўванне, РАЗМЕРКАВАННЕ

Аб'ект даследавання - СТАА «Белфакта Медыя».

Прадмет даследавання - маркетынгавая дзейнасць у СТАА «Белфакта Медыя» і напрамкі яе ўдасканалення.

Мэта работы: удасканаленне арганізацыі і кіравання маркетынгавай дзейнасцю ў СТАА «Белфакта Медыя».

Метады даследавання: манаграфічны, агульнанавуковыя метады пазнання, параўнальны аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: даследавання тэарэтычныя асновы маркетынгавай дзейнасці арганізацыі, праведзены аналіз арганізацыі маркетынгавай дзейнасці ў СТАА «Белфакта Медыя», распрацаваны практычныя мерапрыемствы па ўдасканаленні арганізацыі і кіравання маркетынгавай дзейнасці СТАА «Белфакта Медыя».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная і (або) экалагічная значнасць: рэалізацыя прапанаваных мерапрыемстваў дасць магчымасць павысіць якасць маркетынгавай дзейнасці з пазіцыі стварэння рэгіянальнай сеткі на ўжо асвоеных рынках і ўдасканалення інфармацыйнага кіравання маркетынгавай дзейнасцю ў галіне кіравання ўзаемаадносінамі з кліентамі. Пры гэтым, чаканы агульны гадавы прырост чыстага прыбытку складзе 59,63 тыс. руб. ці 25,8% ад велічыні чыстага прыбытку СТАА «Белфакта Медыя» 2016 года.

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.