**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ В РАМКАХ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ИП «ЦЕПТЕР ИНТЕРНАЦИОНАЛ» ООО**

ГОРДЕЕВА Елизавета Александровна

Руководитель

Пыко Александр Владимирович

кандидат искусствоведения, доцент

2017

Дипломная работа 65 с., 9 рис., 29 табл., 37 источников, 5 прил.

СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ПЛАНИРОВАНИЕ, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ.

Целью дипломной работы является совершенствование организации работы с клиентами в рамках маркетинговой стратегии ИП «Цептер Интернационал» ООО.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретические подходы к раـзраـботке страـтегии маـркетинга в оргаـнизаـции;
2. Ознаـкомиться с методическими подходаـми к раـзраـботке страـтегии деятельности оргаـнизаـции на рынке;
3. Раـзраـботаـть мероприятия по совершенствоваـнию оргаـнизаـции раـботы с клиентаـми в раـмкаـх маـркетинговой страـтегии ИП «Цептер Интернаـционаـл» ООО.

Объектом данного исследования является ИП «Цептер Интернационал» ООО

Предметом исследования является маркетинговая стратегия ИП «Цептер Интернационал» ООО

Методы исследования: научные методы, такие как анализ и синтез, индукция и дедукция, расчетно-аналитический, графический, динамический методы.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при стратегическом планировании деятельности предприятия.

Автор работы подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положение и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная праца 65 с., 9 мал., 29 табл., 37 крыніц, 5 прым.

СТРАТЭГІЯ, МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, ПЛАНАВАННЕ, СТРАТЭГІЧНАЕ ПЛАНАВАННЕ, РАЗДРОБНЫ ГАНДАЛЬ

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца удасканаленне арганізацыі працы з кліентамі ў рамках маркетынгавай стратэгіі ЗП «Цэптар Інтэрнацыянал» ТАА.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. Вывучыць тэарэтычныя падыходы да распрацоўкі стратэгіі маркетынгу ў арганізацыі;

2. Азнаёміцца з метадычнымі падыходамі да распрацоўкі стратэгіі дзейнасці арганізацыі на рынку;

3. Распрацаваць мерапрыемствы па ўдасканаленні арганізацыі працы з кліентамі ў рамках маркетынгавай стратэгіі ЗП «Цэптар Інтэрнацыянал» ТАА.

Аб'ектам дадзенага даследавання з'яўляецца

ЗП «Цэптар Інтэрнацыянал» ТАА.

Прадметам даследавання з'яўляецца маркетынгавая стратэгія ЗП «Цэптар Інтэрнацыянал» ТАА.

Метады даследавання: навуковыя метады, такія як аналіз і сінтэз, індукцыя і дэдукцыя, разлікова-аналітычны, графічны, дынамічны метады.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы пры стратэгічным планаванні дзейнасці прадпрыемства.

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

Thesis 65 p., 9 Fig., 29 tab., 37 source, 5 ADJ.

STRATEGY, MARKETING, MARKETING STRATEGY, PLANNING, STRATEGIC PLANNING, RETAIL TRADE.

The aim of the thesis is to improve the organization of work with clients within the marketing strategy Zepter international.

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

 1. To study theoretical approaches to the development of marketing strategies in organizations;

 2. To see the methodological approaches to the development strategy of the organization in the market;

3. To develop measures on improvement of organization of work with clients in the marketing strategy of Zepter international.

The object of this study is the "Zepter International".

The subject of the research is the marketing strategy of "Zepter interna-tional".

Methods: scientific methods, such as analysis and synthesis, induction and deduction, computational-analytical, graphical, dynamic methods.

Realm of the possible practical application: the proposed solutions can be used in practice at the strategic planning of activity of the enterprise.

Author of work confirms that the above thesis work in computational and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological position and concepts accompanied by references to their authors.