**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ИП « БАУЕРИНТЕРНЕШНЛ »)**

КАЛЕЧИЦ Карина Сергеевна

Руководитель

Зубарев Андрей Васильевич

2017

Дипломная работа 72 с., 8 рис., 20 табл., 25 источника.

СТРАТЕГИЯ, СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, МАРКЕТИНГ, ПОЛИТИКА, КОММУНИКАЦИЯ, РЕКЛАМА, СБЫТ

Целью дипломной работы является анализ и усовершенствование маркетинговой коммуникационной политики на предприятии ИП Бауеринтернешнл.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы маркетинговой коммуникационной

политики как элемента системы маркетинга на предприятии;

1. Дать анализ организационно-экономической характеристики ИП Бауеринтернешнл;
2. Провести анализ состояния маркетинговой коммуникационной политики ИП Бауеринтернешнл;
3. Разработать мероприятия по совершенствованию сбытовой политики предприятия;
4. Разработать стратегию и план рекламной кампании по продвижению продукции ИП Бауеринтернешнл.

Объект исследования – предприятие ИП Бауеринтернешнл.

Предмет исследования – маркетинговая коммуникационная политика в ИП Бауеринтернешнл.

Использовались следующие методы исследования: общенаучные методы исследований: системный, аналитический, маркетинговые.

В работе использованы учебные материалы по маркетингу, рекламе, а также материалы средств массовой информации, данные объекта исследования и собственные разработки автора.

Область возможного практического применения: применение его результатов на практике может повысить экономическую эффективность деятельности предприятия.

Автор работы подтверждает, что приведённый в ней материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствования сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная праца 72 с., 8 мал., 20 табл., 25 крыніц.

СТРАТЭГІЯ, СТРАТЭГІЯ РАЗВІЦЦЯ ПРАДПРЫЕМСТВА, МАРКЕТЫНГ, ПАЛІТЫКА, КАМУНІКАЦЫЯ, РЭКЛАМА, ЗБЫТ.

Мэта даследвання – аналіз і ўдасканаленне маркетынгавай камунікацыйнай палітыкі на прадпрыемстве ЗП Бауеринтернешнл.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. Вывучыць тэарэтычныя асновы маркетынгавай камунікацыйнай палітыкі як элемента сістэмы маркетынгу на прадпрыемстве;

2. Даць аналіз арганізацыйна-эканамічнай характарыстыкі ЗП Бауеринтернешнл;

3. Правесцi аналiз стану маркетынгавай камунікацыйнай палітыкі ЗП Бауеринтернешнл;

4. Распрацаваць мерапрыемствы па ўдасканаленні збытавай палітыкі прадпрыемства;

5. Распрацаваць стратэгію і план рэкламнай кампаніі па прасоўванні прадукцыі ЗП Бауеринтернешнл.

Аб'ектам дадзенага даследавання з'яўляецца прадпрыемства ЗП Бауерінтэрнэшнл.

Прадметам даследавання з'яўляецца маркетынгавая дзейнасць ЗП Бауерінтэрнэшнл.

У працы выкарыстаныя навучальныя матэрыялы па маркетынгу, рэкламе, а таксама і ўласныя распрацоўкі аўтара.

Тэхніка-эканамічная і сацыяльная значнасць праведзенага даследавання заключаецца ў тым, што прымяненне яго вынікаў на практыцы можа павысіць эканамічную эфектыўнасць дзейнасці прадпрыемства.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены в ёй матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычанні суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis 72 p., 8 Fig., 20 tab., 25 source.

STRATEGY, ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY MARKETING, COMMUNICATION, ADVERTISEMENT, SALE.

The aim –analysis and improvement activity of FC Bauerinternational.

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

1. To give the analysis of the organizational and economic characteristics of FC Bauerinternational;
2. To study theoretical fundamentals of marketing communication policy as element of system of marketing at the entity;
3. Analyze the condition of marketing communication policy FC Bauerinternational;
4. Develop to measures to improve marketing policy of the enterprise;
5. To develop a strategy and plan advertising campaigns to promote products FC Bauerinternational.

The studyis the promotional activity FC Bauerinternational.

Technical, economic and social importance of this study is that the use of its results in practice may increase the economic efficiency of the company.

The author confirms that the material correctly and objectively reflects a condition of researched process, and all borrowings are accompanied by references to their authors.