**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 ООО «КЛИКА ТЕХНОЛОДЖИЗ»**

Мазур Наталья Александровна

Руководитель

Зубарев Андрей Васильевич

 2017

Дипломная работа: 81 с., 7 ил., 29 табл., 34 источник, 4 прил.

Маркетиновые коммуникации, реклама, стимулирвоание сбыта, эффективнсоть, показатели, продукт, продажи

Объектом в данной является ООО «Клика Технолоджиз».

 исследования является коммуникационная политика

 работы – интегрированных коммуникаций и их влияния поведение потребителей материалах ООО «Клика Технолоджиз».

Методы исследования: изучение и анализ экономической и методической литературы; количественный и качественный анализ; группировка экономической информации.

Исследования и разработки**:** в процессе работы изучены сущность элементы маркетинговых формы и маркетинговой деятельности в области маркетинговых коммуникаций пути повышения ее

Элементы научной новизны: В процессе над темой проводилось информации, изложенной в и зарубежной литературе. результате анализа даны маркетинговой деятельности ООО «Клика Технолоджиз» оценка финансового состояния, некоторые мероприятия, направленные повышение эффективности коммуникаций.

Область возможного практического применения:деятельность предприятий в области повышения эффективности маркетинговой коммуникационной политики.

Экономическая и социальная значимость:внедрение предложений будет способствовать повышению эффективности маркетинговой коммуникационной политики.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого объекта, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная праца: 61 с., 7 іл., 29 табл., 34 крыніца, 4 прым.

МАРКЕТынгаВЫЕ КАМУНІКАЦЫІ, РЭКЛАМА, СТЫМУЛЯРВАННЕ ЗБЫТУ, ЭФФЕКТЫУНАСЦЬ, ПАКАЗЧЫКІ, ПРАДУКТ, ПРАДАЖЫ

Аб'ектам даследавання ў дадзенай працы з'яўляецца ТАА «Кліка Тэхнолёджыз».

Прадметам даследавання з'яўляецца маркетынгавая камунікацыйная палітыка.

Мэта працы – распрацоўка інтэграваных маркетынгавых камунікацый і ацэнка іх ўплыву на паводзіны спажыўцоў на матэрыялах ТАА «Кліку Тэхнолёджыз».

Метады даследавання: вывучэнне і аналіз эканамічнай і метадычнай літаратуры; колькасны і якасны аналіз; групоўка эканамічнай інфармацыі.

Даследаванні і распрацоўкі: у працэсе работы былі вывучаны сутнасць і элементы маркетынгавых камунікацый, формы і напрамкі маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства ў галіне інтэграваных маркетынгавых камунікацый і шляхі павышэння яе эфектыўнасці.

Элементы навуковай навізны: У працэсе працы над тэмай праводзілася абагульненне інфармацыі, выкладзенай у айчыннай і замежнай літаратуры. У выніку аналізу дадзены ацэнка маркетынгавай дзейнасці ТАА «Кліку Тэхнолёджыз», ацэнка фінансавага стану, распрацаваны некаторыя мерапрыемствы, накіраваныя на павышэнне эфектыўнасці маркетынгавых камунікацый.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: дзейнасць прадпрыемстваў у галіне павышэння эфектыўнасці маркетингвовой камунікацыйнай политки.

Эканамічная і сацыяльная значнасць: ўкараненне прапаноў будзе спрыяць павышэнню эфектыўнасці маркетингвовй камунікацыйнай палітыкі.

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

Thesis: 61 p., 7 Il., 29 tab., 34 source 4 ADJ.

MARKETING COMMUNICATIONS, ADVERTISING, INSPIRATION SALES , PERFORMANCE, PRODUCT, SALES

The object of study in this paper is "clique technologies".

The subject of the research is the marketing communication policy.

The work purpose – development of integrated marketing communications and their influence on consumer behavior on materials LLC "Clique technologies".

Methods of research: study and analysis of economic and methodological literature; quantitative and qualitative analysis; grouping economic information.

Research and development: in the process, we studied the essence and elements of marketing communications, forms and directions of marketing activity of enterprise in the field of integrated marketing communications and ways to improve its effectiveness.

Elements of scientific novelty: In the process of work on the topic was conducted a synthesis of information contained in domestic and foreign literature. The analysis of the evaluation of marketing activities "Clique technologies", evaluation of the financial state, developed some measures aimed at improving the efficiency of marketing communications.

The scope of possible practical application: the activities of enterprises in improving the efficiency marketingovoy communication policy.

Economic and social significance: implementation of the proposals will enhance the effectiveness of marketingowy communication policy.

The author confirms that there are settlement the analytical material correctly and objectively reflects the state of the object, and all borrowed from literary and other sources the theoretical, methodological and methodical principles and concepts are accompanied by references to their authors.