**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО**

**ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»**

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «МИНСК КРИСТАЛЛ»)**

АЗАРОВА Ксения Анриевна

Руководитель

Деревяго Игорь Петрович,

кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2018

Дипломная работа: 86 с., 12 рис., 21 табл., 26 источников, 7 прил.

АССОРТИМЕНТ, КОММУНИКАЦИИ, МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, СБЫТ, ТОВАР, УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Целью дипломной работы является изучение теоретических вопросов маркетинга, анализ организации маркетинговой деятельности на ОАО «МИНСК КРИСТАЛЛ», а такжеопределение основных направлений и рекомендаций по ее совершенствованию.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть сущность понятия маркетинга;
2. Исследовать теоретические вопросы управления маркетинговой деятельностью на предприятии;
3. Рассмотреть организационные структуры управления маркетингом;
4. Охарактеризовать экономическое состояние хозяйствующего субъекта;
5. Рассмотреть особенности управления маркетинговой деятельностью на ОАО «МИНСК КРИСТАЛЛ»;
6. Проанализировать ценовую, ассортиментную, дистрибуционную и коммуникационную политики ОАО «МИНСК КРИСТАЛЛ»;
7. Разработать рекомендации по повышению эффективности управления маркетинговой деятельности и оценить эффект от их внедрения.

Объектисследования: производственная организация ОАО «МИНСК КРИСТАЛЛ».

Предмет исследования: маркетинговая деятельность ОАО «МИНСК КРИСТАЛЛ».

Методы исследования: общенаучные методы исследований: диалектические, системные, аналитические, статистические, маркетинговые, приемы экономико-статистического и экономико-математического анализа.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при повышении экономической эффективности деятельности предприятия.

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

Дыпломная праца: 86 с., 12 мал., 21 табл., 26 крыніц, 7 дад.

АСАРТЫМЕНТ, КАМУНІКАЦЫІ, МАРКЕТЫНГ, РЭКЛАМА, ЗБЫТ, ТАВАР, КІРАВАННЕ МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦЮ

Мэтай працы з'яўляецца вывучэнне тэарэтычных пытанняў маркетынгу, аналіз арганізацыі маркетынгавай дзейнасці на ААТ «МІНСК КРЫШТАЛЬ», а таксама вызначэнне асноўных накірункаў і рэкамендацый па яе ўдасканаленню.

У рамках дасягнення мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы: 1. Разгледзець сутнасць паняцця маркетынгу;

2. Даследаваць тэарэтычныя пытанні кіравання маркетынгавай дзейнасцю на прадпрыемстве;

3. Разгледзець арганізацыйныя структуры кіравання маркетынгам;

4. Ахарактарызаваць эканамічны стан гаспадарчага суб'екта;

5. Разгледзець асаблівасці кіравання маркетынгавай дзейнасцю на ААТ «МІНСК КРЫШТАЛЬ»;

6. Прааналізаваць цэнавую, асартыментную, дистрибуцыонную і камунікацыйную палітыкі ААТ «МІНСК КРЫШТАЛЬ»;

7. Распрацаваць рэкамендацыі па павышэнню эфектыўнасці кіравання маркетынгавай дзейнасці і ацаніць эфект ад іх укаранення.

Аб'ект даследавання: вытворчая арганізацыя ААТ «МІНСК КРЫШТАЛЬ».

Прадмет даследавання: маркетынгавая дзейнасць ААТ «МІНСК КРЫШТАЛЬ».

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады даследаванняў: дыялектычныя, сістэмныя, аналітычныя, статыстычныя, маркетынгавыя, прыёмы эканоміка-статыстычнага і эканоміка-матэматычнага аналізу.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы пры павышэнні эканамічнай эфектыўнасці дзейнасці прадпрыемства.

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

Thesis: 86 p., 12 figures, 21 tables, 26 sources, 7 app.

ASSORTMENT, COMMUNICATIONS, MARKETING, ADVERTISING, SALES, PRODUCT, MARKETING MANAGEMENT

The aim of the thesis is to study the theoretical issues of marketing, analysis of the organization of marketing activities in JSC "MINSK CRYSTAL", as well as the definition of the main directions and recommendations for its improvement.

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

1. Consider the essence of the concept of marketing;

2. Investigate theoretical questions of management of marketing activity at the enterprise;

3. Consider the organizational structures of marketing management;

4. To characterize the economic state of an economic entity;

5. To consider the peculiarities of management of marketing activities at JSC «MINSK CRYSTAL»;

6. Analyze the price, assortment, distribution and communication policies of OJSC «MINSK CRYSTAL»;

7. Develop recommendations for improving the management of marketing activities and assess the impact of their implementation.

Object of research: the production organization of JSC « MINSK KRISTALL».

The subject research: the marketing management in JSC « MINSK KRISTALL».

Methods: general scientific research methods: dialectical, system, analytical, statistical, marketing, methods of economic-statistical and economic-mathematical analysis.

Area of possible practical application: the proposed solutions can be used in practice while increasing the economic efficiency of the enterprise.

The author of work confirms that the above thesis work in computation 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.