

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра менеджмента и экономики социальной сферы

НИКИТЕНКО

Светлана Юрьевна

**ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА
ОРГАНИЗАЦИИ ООО «КОНТЕ СПА»**

Аннотация к дипломной к работе

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

Допущена к защите

«_____» _____ 2018 г.

Зав. кафедрой менеджмента и экономики социальной сферы,
кандидат экономических наук, доцент Н.В. Манцурова

Минск, 2018

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 113 с., 14 рис., 39 табл., 48 источников, 7 прил.
**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, УПРАВЛЕНИЕ И
ОРГАНИЗАЦИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ, СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА.**

Объект исследования – СООО «Конте Спа».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность СООО «Конте Спа».

Цель работы: разработка мероприятий, направленных на совершенствование управления маркетинговой деятельностью СООО «Конте Спа».

Методы исследования: системный подход, логический анализ и синтез, научная абстракция, моделирование, экономико – статистический, расчетно – конструктивный анализ, экспертные оценки, наблюдение.

Исследования и разработки: проведен анализ маркетинговой деятельности СООО «Конте Спа» на основе результатов ABC – анализа, XYZ – анализа разработаны рекомендации по каждой товарной позиции, дана оценка системы управления маркетингом, предложены и обоснованы по совершенствованию и управлению маркетинговой деятельностью предприятия.

Технико-экономическая, социальная и(или) экологическая значимость: введение новой продукции для подростков позволит увеличить прибыль предприятия на 16 %; внедрение SEO- специалиста в отдел маркетинга, рекламы и дизайна, позволит повысить выручку и получить дополнительную прибыль, за счет улучшения работы в сети Интернет; благодаря программному обеспечению SEO- оптимизатор можно будет активно работать и продвигать продукцию по средствам сети Интернет.

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

Diploma work: 113 pp., 14 pictures, 39 tables, 48 sources, 7 app.

MARKETING ACTIVITY, MANAGEMENT AND ORGANIZATION AT ENTERPRISE, SYSTEM OF MANAGEMENT.

The object of the research is JLLC "Conte Spa".

The subject of the research is the marketing activity of JLLC "Conte Spa".

The purpose of the work: development of events, provision for the development of management of marketing activities of JLLC "Conte Spa".

Research methods: system approach, logical analysis and synthesis, scientific abstraction, modeling, economic and statistical, computational and constructive analysis, expert assessments, observation.

Research and development: the analysis of marketing activities of sooo "Conte Spa" on the basis of the results of ABC – analysis, XYZ – analysis developed recommendations for each product position, the assessment of the marketing management system, proposed and justified to improve and manage the marketing activities of the enterprise.

Technical and economic, social and (or) environmental significance: the introduction of new products for teenagers will increase the profit of the enterprise by 16 %; the introduction of SEO - specialist in the Department of marketing, advertising and design, will increase revenue and get additional profit, by improving the work on the Internet; thanks to the software SEO - optimizer will be able to actively work and promote products by means of the Internet.

The author of the paper confirms that the calculation and analytical material given 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.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Афанасьев, М.П. Маркетинг: Стратегия и практика фирмы / М.П. Афанасьев– М.: Финстатинформ, 2015. – 208 с.
2. Бизнес-план ООО «Конте Спа» на 2018 год
3. Бесходарный, А. А. Повышение эффективности маркетинговой деятельности на основе усиления взаимосвязи стратегического и операционного уровня управления: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: специальность 08.00.05 Экономика и управления народным хозяйством (маркетинг) / Бесходарный Антон Александрович. - Воронеж, 2014. – 23 с.
4. Быстрова, О. Ю. Методическое обеспечение регулирования процесса принятия потребителем решения о покупке: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / Быстрова Ольга Юрьевна. - Санкт-Петербург, 2010. – 20 с.
5. Виханский, О. Стратегический маркетинг: учеб. пособие [Текст] / О. Виханский – М.: МГУ, 2017. – 420 с.
6. Вирлов, Ян. Ключевые показатели эффективности продаж / Ян. Вирлов // Управление продажами. – 2014. – № 1. – С. 19–25
7. Вопросы и опыт маркетинговой деятельности предприятий: Актуальные проблемы экономики: материалы науч.-практ. конф., Минск, 20 – 22 августа 2014 г. / Белорус. гос. экон. ун-т; под ред.: Н. С. Недашковой. – Минск: БГЭУ, 2015. – С. 39–103.
8. Ганэ, В. А., Соловьева, С. В. Стратегический менеджмент: факторный анализ и эффективность управления / В. А. Ганэ, С.В. Соловьева – Минск: МИУ, 2014 г. –192с.
9. Голощапова, А. И. Основы коммерческой деятельности: учеб. пособие / А.И. Голощапова, К. Н. Пармененков, Р. В. Савкина. – М.: Изд-во МГУК, 2016. – 170 с.
10. Годовой отчет отдела маркетинга СООО «Конте Спа» за 2016 – 2017 гг.
11. Дурович, А. П. Маркетинг: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности 1-26 02 03 "Маркетинг" / А. П. Дурович. – Минск: МИТСО, 2015. - 343 с
12. Дэвид, Джоббер. Продажи и управление продажами: учебник / Дэвид Джоббер. – Минск: Юнити, 2014. – 622 с.
13. Завьялов, П. С., Демидов, В.Е. Формула успеха: маркетинг / П. С. Завьялов, В.Е.Демидов. – М., Международные отношения, 2017. – 340 с.
14. Зацепина, Е. В. Маркетинг в системе мониторинга текущего управления устойчивым развитием организации / Е. В. Зацепина. – Минск:

Право и экономика, 2015. – 114 с. – (Серия ""Высшая школа бизнеса").

15. Казущик, А. А. Основы маркетинга: учебное пособие / А. А. Казущик. – Минск: Беларусь, 2015. – 246 с.

16. Кобцев, Р. Ю. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций/ Р.Ю. Кобцев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 6(62). – С. 50.

17. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Питер Пресс, 2014. – 800 с.

18. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. – Москва [и др.]: Вильямс, 2016. – 488 с.

19. Ламбен, Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива./ Пер. с фр. СПб.: Наука, 2016. – 630 с.

20. Лукина, А.В. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие по специальности "Экономика и управление" / А. В. Лукина. - Москва: Форум, 2010. – 237 с.

21. Марахина, И.В. Стратегический маркетинг: учебно-методическое пособие для специальности 1-28 01 02 "Электронный маркетинг" / И. В. Марахина, В. А. Пархименко. – Минск: БГУИР, 2014. – 67 с.

22. Маркетинг в системе менеджмента [Электронный ресурс] // Менеджмент. Шпаргалка – Режим доступа: https://www.e-reading.club/chapter.php/100389/14/Druzhinina__Menedzhment._Shpargalkahtml. – Дата доступа: 03.02.2018

23. Основы менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс] // Учебная программа учреждения высшего образования по учеб. дисциплине – <http://elib.bs.u.by/handle/123456789/182880>. – Дата доступа: 03.02.2018

24. Отт, Ричард Создавая спрос. Эффективные советы и рекомендации по маркетингу ваших товаров и услуг. Перевод с английского: монография / Ричард Отт. – Москва: Информационно-издательский дом «Филинь», 2013. – 456 с.

25. Отчет о производстве промышленной продукции (работ, услуг) (форма 12-п) СООО «Конте Спа» за 2015 – 2017 гг.

26. Отчет об экспорте и импорте отдельных товаров (форма 12-вэс) СООО «Конте Спа» за 2015 – 2017 гг.

27. Отчет по труду (форма 12-труд) СООО «Конте Спа» за 2015 – 2017 гг.

28. Положение об отделе маркетинга СООО «Конте Спа»

29. Попов, Е. В. Теория маркетинга / Е.В. Попов. – Екатеринбург, 2011 – 370 с.

30. Попов, Е. В. Формирование общественного мнения / Е. В. Попов. // Маркетинг. – 2014. – № 5. – С. 43 – 49.

31. Попов, Е. В. Потенциал маркетинга предприятия / Е. В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. 2013. – № 5. С. 31– 41.

32. Разумова, С. В. Стратегический маркетинг: краткий курс лекций: для слушателей системы переподготовки / С. В. Разумова. – Минск: БГЭУ, 2012. – 122 с.
33. Роль маркетинга в системе менеджмента [Электронный ресурс] // Маркетинг в современном обществе – Режим доступа: <http://studepedia.org/index.php?vol=1&post=54641>. – Дата доступа: 03.02.2018
34. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: учебное пособие по направлению 080200.62 "Менеджмент" (профиль – "Маркетинг") (квалификация (степень) – "бакалавр") / Т. Н. Рыжикова. – Москва: Инфра-М, 2013. – 287 с.
35. Сайт Минского метрополитена [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://metropoliten.by/>. Дата доступа: 05.02.2018
36. Соловьев, Б. А. Управление маркетингом: 17 – модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 13: практикум / Б.А. Сольвьев. – Москва: «Инфра – М», 2013. – 336 с.
37. Социальный менеджмент [Электронный ресурс] // курс лекций / Руцкий А. В. [и др.]; под общ. ред. А. В. Руцкого, И. С. Полоник. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/117528>. Дата доступа: 04.02.2018
38. Социальный менеджмент в экономической системе [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/159996>. Дата доступа: 03.02.2018
39. Теория потребительского поведения и спроса. / Под общей редакцией В.М. Гальперина. – СПб: Юнити, 2011. – 244 с.
40. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический маркетинг: учебник. / Р.А. Фатхутдинов – М.: Бизнес-школа, 2012. – 640 с.
41. Федько, В. П., Федько, Н. Г. Основы маркетинга: экзаменационные ответы / В. П. Федько, Н. Г. Федько. – Ростов н/Д: «Феникс», 2012. – 180 с.
42. Феоктистова, Е. М., Краснюк, И.Н. Маркетинг: теория и практика / Е.М. Феоктистова, И. Н. Краснюк – М: Высшая школа, 2013. – 480 с.
43. Хардинг, Г. Маркетинг промышленных товаров: монография / Г. Хардинг. – Москва: Сирин, 2012 – 272 с.
44. Холлесен, С. Глобальный маркетинг: монография / С. Холлесен. – Минск: Новое знание, 2011. – 455 с.
45. Хруцкий, В. Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие / В.Е. Хруцкий – 2-е изд. – Москва: Финансы и статистика, 2013. – 459 с.
46. Чувакова, С. Г. Стратегический маркетинг: учебное пособие / С. Г. Чувакова. - Москва: Дашков и К°, 2012. – 270, с.
47. Щербакова С. Г. Маркетинговые исследования и маркетинговые коммуникации: учеб.-метод. комплекс / С. Г. Щербакова, И. Г. Рокшина, И. Г.

Разумовская. – Минск.: МИУ, 2014г. – 298 с.

48. Яшкина, П.В. Управление отношениями с потребителями организации на основе современных методов формирования и реализации программ лояльности: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: специальность Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) / Яшкина П.В. – Орел, 2013. – 24 с.