

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

АБРАМОВИЧ
Вероника Сергеевна

**ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Ю. В. Чайковская

Допущена к защите
«___» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга
кандидат экономических наук, доцент
_____ Н. В. Черченко

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 70 с., 4 рис., 6 табл., 50 источников, 1 прил.

ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Цель исследования: анализ инструментов маркетинговой деятельности предприятия и разработка рекомендаций, направленных на повышение эффективности их использования в ООО «Сервисный центр Веста».

Объект исследования: маркетинговая деятельность предприятия.

Предмет исследования: инструменты маркетинговой деятельности ООО «Сервисного центра Веста».

Методы исследования: наблюдение, анализ, индукция, дедукция.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов исследования инструментов маркетинговой деятельности, определены их особенности и эффективность использования их на предприятии, предложено разработать новые инструменты для предприятия.

Элементы научной новизны: разработаны новые инструменты маркетинговой деятельности.

Область возможного практического применения: практический маркетинг ООО «Сервисного центра Веста».

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложений по разработке инструментов маркетинговой деятельности позволит представить новый товар, который позволит расширить ассортимент предоставляемых услуг, позволит увеличить посещаемость; а в конечном счете – укрепит конкурентоспособность на высококонкурентном рынке.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал 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.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 70 с., 4 мал., 6 табл., 50 крыніц, 1 дадат.

ІНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦІ ПРАДПРЫЕМСТ- ВЫ І АЦЭНКА ВЫНІКАЎ ІХ ВЫКАРЫСТАННЯ

Мэта даследавання: аналіз інструментаў маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства і распрацоўка рэкамендацый, накіраваных на павышэнне эфектыўнасці іх выкарыстання ў ТАА «Сэрвісны цэнтр Веста».

Аб'ект даследавання: маркетынгавая дзейнасць прадпрыемства.

Прадмет даследавання: інструменты маркетынгавай дзейнасці ТАА «сэрвіснага цэнтра Веста».

Метады даследавання: назіранне, аналіз, індукцыя, дэдукцыя.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў даследавання інструментаў маркетынгавай дзейнасці, вызначаны іх асаблівасці і эфектыўнасць выкарыстання іх на прадпрыемстве, прапанавана распрацаваць новыя інструменты для прадпрыемства.

Элементы навуковай навізны: распрацаваны новыя інструменты марцы-тынгавай дзейнасці.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: практычны маркетинг ТАА «Сэрвіснага цэнтра Веста».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: укараненне пропозіцый па распрацоўцы інструментаў маркетынгавай дзейнасці дазволіць прадставіць новы тавар, які дазволіць пашырыць асартымент перадапрадстаўляюцца паслуг, дазволіць павялічыць наведвальнасць; а ў канчатковым выніку – умацуе канкурэнтаздольнасць на высокаканкурэнтнай рынку.

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

ABSTRACT

Thesis: 70 page, 4 fig., 6 tab., 50 sources, 1 annex

TOOLS OF MARKETING ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AND EVALUATION OF RESULTS OF THEIR USE

Research objective: the analysis of tools of marketing activity of the enterprise and development of the recommendations aimed at enhancing the efficiency of their usage in LLC «Service Center Westa».

Research object: marketing activity of the enterprise.

Object of research: tools of marketing activity of LLC «Service Center Westa».

Research methods: observation, analysis, induction, deduction.

Research and development: on the basis of studying of theoretical issues of the research of tools of marketing activity, the features and efficiency of their use at the enterprise are defined, it is proposed to develop new tools for the enterprise.

Elements of scientific novelty: new tools of marketing activity are developed.

Area of possible practical application: practical marketing of LLC «Service Center Westa».

Technical and economic, social importance: adoption of proposals for the development of instruments of marketing activity will allow to present a new product which will enable to expand the range of the provided services and to increase attendance; and eventually will strengthen competitiveness on the highly competitive market.

The author of the work confirms that the represented settlement and analytical material objectively reflects the state of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical provisions and concepts drawn from the literature and other sources are followed by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 г., с изменениями и дополнениями от 08.07.2008 г. // Эталон - Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2010.
2. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.) // Эталон - Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2010.
3. Методические рекомендации по организации подготовки и защиты дипломной работы для студентов дневной и заочной форм обучения специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» / ГИУСТ БГУ, каф. Маркетинга; авт. - сост. Н. В. Черченко, С. П. Мармашова, Е. В. Скакун. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2016. – 52 с.
4. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Нац. комис. по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол. : Л. М. Александрович [и др.]. – Мн. : Юнипак, 2004. – 202 с.
5. Адамович, Д. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : Учебно-методический комплекс / Д. А. Адамович – Новосибирск : НГУЭУ, 2014. – 336 с.
6. Акулич, И. Л. Маркетинг : учеб. пособие / И. Л. Акулич. – Мн. : Выш. шк. – 2009. – 153 с.
7. Анализ финансовой отчетности : учеб. пособие / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство «Дело и Сервис», 2013. – 368 с.
8. Армстронг, Г., Котлер, Ф. Введение в маркетинг : учеб. пособие / Г. Армстронг, Ф. Котлер – 8-е изд. – М. : «Вильямс», 2007. – С. 832.
9. Бочаров, В.В. Комплексный финансовый анализ / В. В. Бочаров. – М. : СПб : Питер, 2016. – 432 с.
10. Василевич, Г. А. Нормативные правовые акты государственных органов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://law.bsu.by/pub/26/18_Vasilevich.doc. – Дата доступа: 19.04.2019
11. ВикиЧтение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://econ.wikireading.ru/32171>. – Дата доступа: 15.04.2019.
12. Вишневский, А. Ф. Общая теория права и государства : курс лекций / А. Ф. Вишневский, Н. А. Горбатов, В. А. Кучинский. – Мн. : Тесей, 2014. – 479 с.

13. Кальницкая, И. В. Модель управления предприятием с позиции структурного подхода / И. В. Кальницкая // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – № 24. – С. 35–38
14. Комплексный экономический анализ предприятия / Под ред. Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой. – СПб. : Питер, 2010. – 256 с.
15. Комсомольская правда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/guide/marketingovye-issledovaniya.html>. – Дата доступа: 15.04.2019.
16. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие / И. М. Лифиц, 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Высшее образование ; Юрайт-Издат, 2012. – 460 с.
17. Котлер, Филип Основы маркетинга Краткий курс Пер. с англ. / Ф. Котлер – М. : Издательский дом "Вильямс", 2015. – 496 с.
18. Ликтан, В. Т. Организация маркетинга на региональном рынке товаров и услуг республики Тыва на примере общественного питания / В. Т. Ликтан – Томск : СТТ, 2015. – 294 с.
19. Маркетинговый анализ : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Т. М. Коновалова, Н. И. Саталкина, Г. И. Терехова. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 88 с.
20. Маркович, А. М. Реклама (рекламная деятельность) как вид предпринимательской деятельности в России : автореф. дис. канд. юр. наук / А. М. Маркович. – М., 2013. – 30 с.
21. Международный маркетинг : учеб. пособие. / В. И. Моргунов, под ред. проф. Л. П. Дашкова. – 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. – 352 с.
22. Методические подходы к оценке эффективности управления деятельностью организации и их особенности для малых деревообрабатывающих предприятий Л. С. Аслудинова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:v1BKI30FLzIJ:https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-podhody-k-otsenke-effektivnosti-upravleniya-deyatelnostyu-organizatsii-i-ih-osobennosti-dlya-malyh.pdf+&cd=2&hl=ru&ct=clnk&gl=by>. – Дата доступа: 15.04.2019.
23. Мусиенко, Д. О. Сущность маркетинговой деятельности на предприятиях / Д. О. Мусиенко // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 383–386
24. О рекламе: Закон Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H10700225>. – Дата доступа: 15.05.2019.
25. Основы маркетинга : учеб. пособие / Р. А. Лизакова ; М-во образования Респ. Беларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2009. – 174 с.

26. Оценка результативности маркетинга с позиций системы управления бизнесом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/marketing_productivity.htm. – Дата доступа: 15.04.2019.
27. Панкрухин, А. П. Маркетинг : учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / А.П. Панкрухин ; Гильдия маркетологов. – 4-е изд., стер. – М. : Омега. Л, 2009. – 656 с.
28. Полиенко, М. Д. Комплекс маркетинга [Электронный ресурс]. Онлайн энциклопедия / М. Д. Полиенко – Режим доступа: <http://marketopedia.ru/>. – Дата доступа: 15.04.2019.
29. Похабов, В. И. Основы Маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bgkpsm.belstu.by/Portals/30/Book/Marketing/Pokhabov-V-I---Tarelko-V-V--Osnovy-marketinga.pdf>. – Дата доступа: 19.04.2019
30. Проблемы современного маркетинга в экономике России : теория и практика : монография / коллектив авторов ; под. ред. Н. В. Ованесян. – Ростов н/Д. : Издательский центр ДГТУ, 2014. – 373 с.
31. Станиславская, И. Г., Малкина-Пых, И. Г. Психология. Основные отрасли / И. Г. Станиславская, И. Г. Малкина-Пых – М. : Человек, 2014. – 324 с.
32. Теория экономического анализа : учеб. пособие. / О. Н. Гальчина, Т. А. Пожидаева. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. – 319 с.
33. Толкачев, А. Н. Правовое регулирование маркетинговой деятельности : учеб. пособие / А. Н. Толкачев. – Мн. : Выш. шк. – 2010. – 373 с.
34. Третьяк, О. А. Маркетинг : новые ориентиры модели управления: учебник / О. А. Третьяк. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 416 с.
35. Учебник онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uchebnikirus.com/menedgment/organizatsiya_biznesu_-_skubitskiy_om/funktsionalniy_pidhid.htm. – Дата доступа: 19.04.2019
36. Фасхиев, Х. А., Определение конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. <http://www.mavriz.ru/articles/2009/4/5037.html>. – Режим доступа: – Дата доступа: 19.05.2019
37. Чернозубенко, П. Е. Комплекс маркетинга [Электронный ресурс]. Записки маркетолога / П. Е. Чернозубенко. – Режим доступа: <http://www.marketch.ru/>. – Дата доступа: 19.04.2019
38. Шет, Д., Сисодиа, Р. Проблемы и анализ продуктивности маркетинга / Д. Шет, Р. Сисодиа // Российский журнал менеджмента. – 2009. – № 5(2). – С. 91–116
39. Экономический анализ. Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации : Учебник / Под ред. Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. – М. : Юрайт, 2011. – 507 с.

40. ЭКСПОЦЕНТР. Реклама-2019 27-я международная специализированная выставка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.reklama-expo.ru/ru/articles/metody-i-instrumenty-marketingovogo-issledovaniya/>. – Дата доступа: 19.04.2019
41. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/marketing_productivity.htm. – Дата доступа: 09.05.2019
42. Economics.studio [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economics.studio/ekonomicheskij-analiz-sovershenstvovanie-ekonomicheskogo-analiza-29693.html>. – Дата доступа: 12.05.2019
43. MemoSales, 2013 – 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://memosales.ru/osnovi/teoriya-4p-v-marketinge>. – Дата доступа: 25.04.2019
44. MemoSales, 2013 – 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://memosales.ru/osnovi/instrumentarij-prakticheskogo-marketinga>. – Дата доступа: 26.04.2019
45. Studbooks.net [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/1535804/marketing/instrumenty_marketinga. – Дата доступа: 26.04.2019
46. Studbooks.net [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/41322/ekonomika/analiz_marketingovoy_deyatelnosti_predpriyatija. – Дата доступа: 28.04.2019
47. Studbooks.net [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/1512127/marketing/tovarnaya_politika. – Дата доступа: 07.05.2019
48. Studfiles [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5424146/page:3/>. – Дата доступа: 28.04.2019
49. Studfiles [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/4365455/>. – Дата доступа: 28.04.2019
50. Studopedia.su – Студопедия (2013 – 2019) год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.su/15_10645_sushchnost-i-kontseptsii-marketingovoy-deyatelnosti.html. – Дата доступа: 26.04.2019