

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»
ФАКУЛЬТЕТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА»

Кафедра инновационного управления

**Мурашкевич
Антон Сергеевич**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
ОАО «МИНСКИЙ ЧАСОВОЙ ЗАВОД» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ
НОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ**

Магистерская диссертация

специальность 1-26 81 02 «Инновационный менеджмент»

Научный руководитель Хотина
Елена Викторовна
кандидат экономических наук,
доцент

Допущен к защите
«__» _____ 2019г.
Заведующий кафедрой
Инновационного управления
_____ Е.А. Поддубская
кандидат педагогических наук

Минск, 2019

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация 81с., 13 рис., 9 табл., 51 источников.
ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГОВЫЕ
КОММУНИКАЦИИ, ИНСТРУМЕНТЫ, ИМИДЖ, EVENT-МАРКЕТИНГ,
АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.

Объект исследования: маркетинговые коммуникации ОАО «Минский часовой завод»

Целями данной работы являются: анализ теоретических источников и практики в области маркетинговых коммуникаций на предприятии ОАО «Минский часовой завод» и разработка рекомендаций по их совершенствованию.

Методы исследования: практический анализ, индукция, сравнение.

Исследования и разработки: в работе изучены текущие маркетинговые коммуникации предприятия ОАО «Минский часовой завод», даны рекомендации по их совершенствованию.

Область применения: маркетинговая деятельность предприятия ОАО «Минский часовой завод».

Технико-экономическая значимость: внедрение разработок и рекомендаций повысит внешний имидж ОАО «Минский часовой завод», повысит конкурентоспособность продукции, увеличит объемы продаж продукции, привлечет новую аудиторию к бренду.

GENERAL DESCRIPTION OF THE WORK

Master thesis 81s., 13 fig., tabl., 9 51 sources. INNOVATION MANAGEMENT, MARKETING COMMUNICATIONS, TOOLS, IMAGE, EVENT MARKETING, MARKETING COMMUNICATIONS ANALYSIS.

The object of the research: marketing communications JSC "Minsk watch plant"

The objectives of this work are: the analysis of the theoretical sources and practices in marketing communications at the company JSC "Minsk watch plant" and the development of recommendations for their improvement.

Methods of research: practical analysis, induction, comparison.

Research and development: in the studied current marketing communications JSC "Minsk watch plant", recommendations on their improvement.

Field of application: Marketing activity of JSC "Minsk Watch Plant".

Technical and economic importance: implementation of developments and recommendations will increase the external image of JSC "Minsk Watch plant", increase the competitiveness of products, increase sales of products, attract new audiences to the brand.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

Магістарская дысертацыя 81С., 13 мал., 9 табл., 51 крыніц.
Інавацыйны менеджмент, маркетынгавыя камунікацыі, ІНСТРУМЕНТЫ,
імідж, EVENT-МАРКЕТЫНГ, АНАЛІЗ МАРКЕТЫНГАВЫЯ
КАМУНІКАЦЫІ..

Аб'ект даследавання: маркетынгавыя камунікацыі ААТ «Мінскі
гадзіннікавы завод»

Мэтамі дадзенай працы з'яўляюцца: аналіз тэарэтычных крыніц і
практыкі ў галіне маркетынгавых камунікацый на прадпрыемстве ААТ
«Мінскі гадзіннікавы завод» і распрацоўка рэкамендацый па іх
удасканаленні.

Метады даследавання: практычны аналіз, індукцыя, параўнанне.

Даследаванні і распрацоўкі: у рабоце вывучаны бягучыя
маркетынгавыя камунікацыі прадпрыемства ААТ «Мінскі гадзіннікавы
завод», дадзены рэкамендацыі па іх удасканаленні..

Вобласць ужывання: маркетынгавая дзейнасць прадпрыемства ААТ
«Мінскі гадзіннікавы завод».

Тэхніка-эканамічная значнасць: ўкараненне распрацовак і
рэкамендацый павысіць знешні імідж ААТ «Мінскі гадзіннікавы завод»,
павысіць канкурэнтаздольнасць прадукцыі, павялічыць аб'ёмы продажаў
прадукцыі, прыцягне новую аўдыторыю да брэнду.