

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ИНСТИТУТ
БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ В
РАМКАХ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА
ПРИМЕРЕ ООО «XXI ВЕК-КОНСАЛТ»**

КОСТЕРИНА Александра Олеговна

**Руководитель
Прохорова Татьяна Владимировна
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2020

Дипломная работа: 61 с., 11 рис., 14 таб., 40 источников, 4 прил.

МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА, КЛИЕНТ, РАБОТА С КЛИЕНТОМ, УСЛУГИ, ОБРАЗОВАНИЕ

Объектом исследования является ООО «XXI ВЕК-КОНСАЛТ».

Предметом исследования является организация работы с клиентами в рамках маркетинговой стратегии.

Цель дипломной работы: на основании теоретических исследований рассматриваемой проблемы, анализа ее состояния в ООО «XXI ВЕК-КОНСАЛТ» выявить в рамках маркетинговой стратегии направления совершенствования организации работы с клиентами.

Методы исследования: обобщение, наблюдение, экономико-статистический анализ, сравнение, структурный, балансовый.

Исследования и разработки: в процессе работы были изучены теоретико-методологические основы маркетинговой деятельности организации; проведен анализ маркетинговой деятельности организации ООО «XXI ВЕК-КОНСАЛТ»; разработаны мероприятия по совершенствованию организации работы с клиентами в рамках маркетинговой стратегии ООО «XXI ВЕК-КОНСАЛТ».

Область возможного фактического применения: предложенные мероприятия с некоторой конкретизацией могут быть использованы в работе белорусских предприятий.

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 концепции и положения сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная праца: 61 с., 11 мал., 14 таб., 40 крыніц, 4 прым.

МАРКЕТЫНГ, СТРАТЭГІЯ, СТРАТЭГІЯ МАРКЕТЫНГУ, КЛІЕНТ, ПРАЦА З КЛІЕНТАМ, ПАСЛУГІ, АДУКАЦЫЮ

Аб'ектам даследавання з'яўляецца ТАА «XXI СТАГОДДЗЕ-КАНСАЛТ».

Прадметам даследавання з'яўляецца Арганізацыя працы з кліентамі ў рамках маркетынгавай стратэгіі.

Мэта дыпломнай працы: на падставе тэарэтычных даследаванняў разгляданай праблемы, аналізу яе стану ў ТАА «XXI СТАГОДДЗЕ-КАНСАЛТ» выявіць ў рамках маркетынгавай стратэгіі напрамкі ўдасканалення арганізацыі працы з кліентамі.

Метады даследавання: абагульненне, назіранне, эканоміка-статыстычны аналіз, параўнанне, структурны, балансавы.

Даследаванні і распрацоўкі: у працэсе работы былі вывучаны тэарэтыка-метадалагічныя асновы маркетынгавай дзейнасці арганізацыі; праведзены аналіз маркетынгавай дзейнасці арганізацыі ТАА «XXI СТАГОДДЗЕ-КАНСАЛТ»; распрацаваны мерапрыемствы па ўдасканаленні арганізацыі працы з кліентамі ў рамках маркетынгавай стратэгіі ТАА «XXI СТАГОДДЗЕ-КАНСАЛТ».

Вобласць магчымага фактычнага прымянення: прапанаваныя мерапрыемствы з некаторай канкрэтызацыяй могуць быць выкарыстаны ў працы беларускіх прадпрыемстваў.

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

Thesis: 61 p., 11 Fig., 14 tab., 40 sources, 4 ADJ.

MARKETING, STRATEGY, MARKETING STRATEGY, CLIENT, WORKING WITH A CLIENT, SERVICES, EDUCATION

The object of research is LLC «XXI CENTURY-CONSULT».

The subject of the research is the organization of work with clients as part of a marketing strategy.

The purpose of the thesis: on the basis of theoretical research of the problem under consideration, analysis of its state in LLC «XXI CENTURY-CONSULT»" to identify ways to improve the organization of work with clients within the marketing strategy.

Research methods: generalization, observation, economic and statistical analysis, comparison, structural, balance.

Research and development: in the process, has been studied theoretical and methodological foundations of the marketing activities of the organization; the analysis of marketing activity of the LLC «XXI CENTURY-CONSULT»; measures on improvement of organization of work with clients in the marketing strategy of the LLC «XXI CENTURY-CONSULT».

The range of possible actual use: proposed activities with some specificity can be used in the work of Belarusian enterprises.

The author confirms that there are settlement the analytical material correctly and objectively reflects a condition of researched process, and all borrowed from literary and other sources of theoretical, methodological and methodical concepts and provisions references to their authors.