

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация к дипломной работе

**АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ
ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ**

МАКАРЕВИЧ Анастасия Владимировна

**Руководитель
Лемешевский Иван Михайлович,
доктор экономических наук, профессор**

Минск, 2020

Дипломная работа: 84 стр., 21 рисунок, 20 табл., 48 источников, 2 прил.
МАРКЕТИНГ, КОММУНИКАЦИИ, ПРОДВИЖЕНИЕ, СТРАТЕГИЯ,
АНАЛИЗ, РАЗВИТИЕ.

Цель работы: совершенствование управления маркетинговых инструментов продвижения товаров предприятия ООО «ЛеРой».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть роль маркетинга в развитии организации;
- изучить процессы планирования маркетинга в системе организаций;
- рассмотреть процесс планирования маркетинговых коммуникаций;
- изучить инструменты интегрированных маркетинговых инструментов продвижения товаров;
- дать экономическую оценку деятельности предприятия;
- проанализировать рыночные возможности компании и конкурентные позиции;
- провести анализ проведения маркетинговых инструментов продвижения товаров;
- представить рекомендации по совершенствованию управления маркетинговых инструментов продвижения товаров фирмы.

Объект исследования: ООО «ЛеРой».

Предмет исследования: управление маркетинговыми инструментами продвижения товаров предприятия.

Методы исследования: анализ, синтез, описания, графический, табличный.

Исследования и разработки: рассмотрена роль маркетинга в развитии организации; дана экономическая оценка деятельности предприятия; проанализированы рыночные возможности компании и конкурентные позиции; представлены рекомендации по совершенствованию управления маркетинговых инструментов продвижения товаров фирмы.

Область возможного применения: практически в продвижении компании ООО «ЛеРой».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней 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.

Thesis: 84 pages, 21 figure, 20 tables, 48 sources, 2 ADJ.

MARKETING, COMMUNICATIONS, PROMOTION, STRATEGY, ANALYSIS, DEVELOPMENT.

The purpose of the work: improving the management of marketing tools for the promotion of products of LLC «Leroy».

In order to achieve this goal the author set the following tasks:

- consider the role of marketing in the development of the organization;
- study the marketing planning processes in the organizations ' system;
- consider the process of planning marketing communications;
- learn the tools of integrated marketing tools for product promotion;
- give an economic assessment of the company's activities;
- analyze the company's market opportunities and competitive positions;
- analyze the implementation of marketing tools for product promotion ;
- provide recommendations for improving the management of marketing tools

for promoting the company's products.

Object of research: LLC «Leroy».

Subject of research: managing marketing tools for promoting the company's products.

Method of research: analysis, synthesis, descriptions, graphic, tabular.

Research and development: the role of marketing in the development of the organization; given the economic value of your business; analyzed market opportunity and company's competitive position; provides recommendations for improving the management of marketing tools the promotion of products of the company.

Scope of possible application: practically in the promotion of the company «Leroy».

The author of the work confirms that the analytical material provided in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная работа: стар. 84, 21 малюнак, 20 табл., 48 крыніца, 2 прым.
МАРКЕТЫНГ, КАМУНІКАЦЫІ, ПРАСОЎВАННЕ, СТРАТЭГІЯ,
АНАЛІЗ, РАЗВІЦЦЁ.

Мэта працы: Удасканаленне кіравання маркетынговых інструментаў прасоўвання тавараў прадпрыемства ТАА «ЛеРой».

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўленыя наступныя задачы:

- разгледзець ролю маркетынгу ў развіцці арганізацыі;
- вывучыць працэсы планавання маркетынгу ў сістэме арганізацыі;
- разгледзець працэс планавання маркетынговых камунікацый;
- вывучыць інструменты інтэграваных маркетынговых інструментаў прасоўвання тавараў;
- даць эканамічную ацэнку дзейнасці прадпрыемства;
- прааналізаваць рынковыя магчымасці кампаніі і канкурэнтныя пазіцыі;
- правесці аналіз правядзення маркетынговых інструментаў прасоўвання тавараў;
- уявіць рэкамендацыі па ўдасканаленні кіравання маркетынговых інструментаў прасоўвання тавараў фірмы.

Аб'ект даследавання: ТАА «ЛеРой».

Прадмет даследавання: кіраванне маркетынжавымі інструментамі прасоўвання тавараў прадпрыемства.

Метады даследавання: аналіз, сінтэз, апісання, графічны, таблічны.

Даследаванні і распрацоўкі: разгледжана роля маркетынгу ў развіцці арганізацыі; дадзена эканамічная ацэнка дзейнасці прадпрыемства; прааналізаваны рынковыя магчымасці кампаніі і канкурэнтныя пазіцыі; прадстаўлены рэкамендацыі па ўдасканаленні кіравання маркетынжавых інструментаў прасоўвання тавараў фірмы.

Вобласць магчымага прымянення: практычна ў прасоўванні кампаніі ТАА «ЛеРой».

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