

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА И РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В
РАМКАХ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРИМЕРЕ ЧТУП
«ГАРМОНИЯ-ЭФФЕКТ»**

МАЦКЕВИЧ Дмитрий Олегович

Научный руководитель:
старший преподаватель,
Д.Г. Гончерёнок

Допущена к защите
«__» _____ 20__ г.

Зав.кафедрой бизнес-администрирования
д.э.н., профессор
_____ Г.А. Хацкевич

Минск, 2020

Дипломная работа: 72 стр., 27 табл., 2 рис., 54 источников
МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, ИССЛЕДОВАНИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ,
ЗАТРАТЫ, АНАЛИЗ, ПОКАЗАТЕЛИ, ПОВЫШЕНИЕ

Объект исследования – Частное торговое унитарное предприятие «Гармония-Эффект», осуществляющее закупку и реализацию продуктов питания в Минской области.

Предмет исследования – сбытовая и рекламная деятельность предприятия ЧТУП «Гармония-Эффект».

Цель работы: разработать и экономически обосновать мероприятия по совершенствованию сбытовой и рекламной деятельности организации ЧТУП «Гармония Эффект».

Методы исследования: сравнительного анализа, синтеза, группировок.

Исследования: дано теоретическое обоснование маркетинговой стратегии предприятия; проанализирована сбытовая и рекламная деятельность ЧТУП «Гармония Эффект»; разработаны рекомендации по совершенствованию сбытовой и рекламной деятельности предприятия.

Элементом новизны в работе является оценка эффективности установки информационно–аналитического комплекса, поддерживающий широкий обмен данными между собой, а также с учетной системой предприятия.

Технико–экономическая, социальная и экономическая значимость: заключается в том, что основные выводы и разработки могут быть использованы как для повышения эффективности сбытовой и рекламной деятельности ЧТУП «Гармония Эффект», так и других предприятий Республики Беларусь.

Автор работы подтверждает, что приведённый в неё аналитический материал правильно отражает тенденции в формировании и управлении банковскими рисками, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические положения сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 72 p., 27 tabl., 2 p., 54 sources

MARKETING, STRATEGY, RESEARCHES, EFFICIENCY, COSTS,
ANALYSIS, INDICATORS, IMPROVEMENT

Object of study - Private trading unitary enterprise "Harmony-Effect", engaged in the purchase and sale of food in the Minsk region.

The subject of the study is the marketing and advertising activities of the enterprise ChTUP "Harmony-Effect".

Objective: to develop and economically substantiate measures to improve the marketing and advertising activities of the organization ChTUP "Harmony Effect".

Research methods: comparative analysis, synthesis, groupings.

Research: given a theoretical justification of the marketing strategy of the enterprise; analyzed marketing and advertising activities of ChTUP "Harmony Effect"; recommendations were developed to improve the marketing and advertising activities of the enterprise.

An element of novelty in the work is the assessment of the effectiveness of the installation of the information and analytical complex, which supports a wide exchange of data among themselves, as well as with the accounting system of the enterprise.

Technical and economic, social and economic significance: it consists in the fact that the main conclusions and developments can be used both to increase the efficiency of marketing and advertising activities of ChTUP "Harmony Effect" and other enterprises of the Republic of Belarus.

The author of the work confirms that the analytical material presented in it correctly reflects the trends in the formation and management of bank risks, and all theoretical and methodological points borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная праца: 72 стар., 27 твбл., 2 мал., 54 крыніц
МАРКЕТЫНГ, СТРАТЭГІЯ, ДАСЛЕДАВАННІ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ,
ВЫДАТКАЎ, АНАЛІЗ, ПАКАЗЧЫКІ, ПАВЫШЭННЕ

Аб'ект даследавання - Прыватнае гандлёвае унітарнае прадпрыемства «Гармонія-Эфект», якое ажыццяўляе закупку і рэалізацыю прадуктаў харчавання ў Мінскай вобласці.

Прадмет даследавання - збытавая і рэкламная дзейнасць прадпрыемства ПГУП «Гармонія-Эфект».

Мэта працы: распрацаваць і эканамічна абгрунтаваць мерапрыемствы па ўдасканаленні збытавай і рэкламнай дзейнасці арганізацыі ПГУП «Гармонія Эфект».

Метады даследавання: параўнальнага аналізу, сінтэзу, груповак.

Даследаванні: дадзена тэарэтычнае абгрунтаванне маркетынгавай стратэгіі прадпрыемства; прааналізавана збытавая і рэкламная дзейнасць ПГУП «Гармонія Эфект»; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні збытавай і рэкламнай дзейнасці прадпрыемства.

Элементарам навізны ў працы з'яўляецца ацэнка эфектыўнасці ўстаноўкі інфармацыйна-аналітычнага комплексу, які падтрымлівае шырокі абмен дадзенымі паміж сабой, а таксама з уліковай сістэмай прадпрыемства.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная і эканамічная значнасць: заключаецца ў тым, што асноўныя высновы і распрацоўкі могуць быць выкарыстаны як для павышэння эфектыўнасці збытавай і рэкламнай дзейнасці ПГУП «Гармонія Эфект», так і іншых прадпрыемстваў Рэспублікі Беларусь.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў яе аналітычны матэрыял правільна адлюстроўвае тэндэнцыі ў фарміраванні і кіраванні банкаўскімі рызыкамі, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя палажэнні суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.