

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

Кафедра маркетинга

Аннотация к дипломной работе

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОДВИЖЕНИЕМ ПРОДУКТА НА ВНЕШНИХ
РЫНКАХ**

ДАШКЕВИЧ Валерия Васильевна

**Руководитель
Лешко Валентина Николаевна,
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2020

Дипломная работа: 78 с., 6 рис., 10 табл., 50 источника, 2 прил.

ВНЕШНИЙ РЫНОК, МАРКЕТИНГ, ПРОДУКТ, КОРПОРАТИВНЫЙ КЛИЕНТ, ПРОДВИЖЕНИЕ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, УПРАВЛЕНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Целью дипломной работы является на основе теоретического и практического анализа выработать и обосновать рекомендации, направленные на обеспечение эффективности программы продвижения на внешний рынок нефтепродуктов ЗАО «Белорусская нефтяная компания».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- охарактеризовать продвижение продукта;
- проанализировать и оценить систему продвижения нефтепродуктов ЗАО «БНК»;
- предложить мероприятия по совершенствованию управления продвижения нефтепродуктов ЗАО «БНК».

Объектом исследования дипломной работы является программа продвижения товаров ЗАО «Белорусская нефтяная компания».

При написании дипломной работы были использованы следующие методы исследования: аналитический, сравнительный, статистический, метод синтеза, метод дедукции, метод технико-экономических расчетов и другие научные методы.

Практическое значение данной дипломной работы обусловлено возможностью внедрение предложений по улучшению программы продвижения нефтепродуктов ЗАО «Белорусская нефтяная компания» позволит увеличить объемы реализации нефтепродуктов на внешний рынок, получить дополнительную прибыль, что послужит залогом для обеспечения устойчивого развития предприятия.

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.

Thesis: 78 p., 6 fig., 10 tab., 50 sources, 2 adj.

EXTERNAL MARKET, MARKETING, PRODUCT, CORPORATE
CLIENT, PROMOTION, PUBLIC RELATIONS, MANAGEMENT, EFFICIENCY

The aim of the thesis is, on the basis of theoretical and practical analysis, to develop and substantiate recommendations aimed at ensuring the effectiveness of the program of promotion of the Belarusian oil company on the foreign market of oil products.

To achieve this goal it is necessary to solve the following tasks:

- Describe the progress of the product;
- analyze and evaluate the system of promoting petroleum products of JSC "Belarusian oil company";
- propose measures to improve the management of the promotion of petroleum products of JSC "Belarusian oil company"..

The Object of study of the thesis is a program of promotion of goods of the Belarusian Oil Company.

When writing the thesis, the following research methods were used: analytical, comparative, statistical, synthesis method, deduction method, method of technical and economic calculations and other scientific methods.

The practical significance of this thesis is due to the possibility of introducing proposals to improve the program for promoting petroleum products of the Belarusian Oil Company CJSC, which will increase the volume of petroleum products sold on the foreign market and earn additional profit, which will serve as a guarantee for ensuring the sustainable development of the enterprise.

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