

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

**Аннотация к дипломной работе
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА В
ОРГАНИЗАЦИИ**

МИХАЛЁНОК Анастасия Артуровна

Руководитель
Наталья Владимировна Черченко,
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2021

Дипломная работа: 65 с., 22 рис., 9 табл., 66 источников, 11 прил.

МАРКЕТИНГ-МИКС, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, МАРКЕТИНГ УСЛУГ, МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ, НЕЙРОМАРКЕТИНГ.

Целью дипломной работы является разработка предложений по совершенствованию комплекса маркетинга в РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть классическую концепцию комплекса маркетинга «4Р»;
2. Описать новые версии комплекса маркетинга организации;
3. Проанализировать необходимость и результаты совершенствования элементов комплекса маркетинга организации;
4. Рассмотреть нормативные правовые документы, регулирующие маркетинговую деятельность субъектов хозяйствования Республики Беларусь;
5. Провести анализ краткой организационно-экономической характеристики РУП «ЦЕНТРКУРОРТ», основных направлений его маркетинговой деятельности;
6. Оценить результаты использования элементов комплекса маркетинга в РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Объект исследования: комплекс маркетинга.

Предмет исследования: использование элементов комплекса маркетинга в РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Методы исследования: системный подход и общенаучные методы познания: сравнение, обобщение, экономический анализ, синтез.

Область возможного практического применения: предложенные в исследовании рекомендации могут быть использованы для совершенствования маркетинговой деятельности РУП «ЦЕНТРКУРОРТ».

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-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: 65 c., 22 fig., 9 table., 66 sources, 11 adj.

MARKETING-MIX, COMPLEX MARKETING, SERVICE MARKETING, RELATIONSHIP MARKETING, NEUROMARKETING.

The purpose of the thesis is to develop proposals for improving the marketing mix in RUE «TSENTRKURORT».

Within the framework of achieving this goal, the author set the following tasks:

1. Consider the classic concept of the marketing mix «4P»;
2. Describe the new versions of the organization's marketing mix;
3. Analyze the need and results of improving the elements of the organization's marketing mix;
4. Review the regulatory legal documents regulating the marketing activities of business entities of the Republic of Belarus;
5. To analyze the brief organizational and economic characteristics of RUE «TSENTRKURORT», the main directions of its marketing activities;
6. Evaluate the results of using the elements of the marketing mix in RUE «TSENTRKURORT».

Object of research: marketing complex.

Subject of research: the use of elements of the marketing mix in RUE «TSENTRKURORT».

Research methods: system approach and general scientific methods of cognition: comparison, generalization, economic analysis, synthesis.

Scope of possible practical application: the recommendations proposed in the study can be used to improve the marketing activities of RUE «TSENTRKURORT».

The author of the work confirms that the computational and analytical material presented in the thesis 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.