

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

Кафедра маркетинга

Аннотация к дипломной работе

**ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ИХ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОРГАНИЗАЦИИ**

**ГРИШКЕВИЧ
Яна Андреевна**

**Руководитель:
Черченко Наталья Владимировна,
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2021

Дипломная работа: 80 с., 13 рис., 9 табл., 50 источников, 5 прил.

ПОТРЕБИТЕЛЬ, ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, БАНК, БАНКОВСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, УСЛУГИ, КЛИЕНТ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Цель исследования: разработка и обоснование предложений по изменению содержания и проведения рекламных кампаний, реализуемых ЗАО «БТА Банк» на основе изучения и анализа особенностей поведения потребителей услуг Банка.

Объект исследования: поведение потребителей.

Предмет исследования: поведение потребителей продуктов и услуг деятельности ЗАО «БТА Банк».

Методы исследования: наблюдение, индукция, дедукция, диалектический метод исследования теоретических аспектов темы, систематический подход к изучению процессов и явлений, методы анализа и синтеза, графический метод, метод балльных оценок и т. д.

Исследования и разработки: проведен анализ маркетинговой деятельности Банка, проанализированы сегменты потребителей услуг Банка, дана оценка используемым методам исследования и анализа потребителей, выявлены основные направления по разработке и внедрению проведения мероприятий исследования особенностей поведения потребителей и предложены конкретные мероприятия их реализации.

Элементы научной новизны: разработаны конкретные мероприятия по повышению результативности исследования поведения потребителей ЗАО «БТА Банк».

Область возможного практического применения: практический маркетинг ЗАО «БТА Банк».

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложений по разработке и внедрению проведения мероприятий исследования особенностей поведения потребителей с целью увеличения показателей эффективности деятельности Банка, а также лояльности потребителей и удовлетворения их потребностей.

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 work: 80 p., 13 fig., 8 tab., 50 sources, 5 adj
CONSUMER, CONSUMER BEHAVIOR, BANK, BANKING, SERVICES,
CLIENT, MARKETING, MARKETING RESEARCH.

Purpose of the study: development and substantiation of proposals for changing the content and conducting advertising campaigns implemented by CJSC «BTA Bank» on the basis of studying and analyzing the characteristics of the behavior of consumers of the Bank's services.

Research object: consumer behavior.

Subject of research: behavior of consumers of products and services of CJSC «BTA Bank».

Research methods: observation, induction, deduction, the dialectical method of researching the theoretical aspects of the topic, a systematic approach to the study of processes and phenomena, methods of analysis and synthesis, the graphic method, the method of scores, etc.

Research and development: an analysis of the Bank's marketing activities was carried out, the segments of the Bank's service consumers were analyzed, an assessment was made of the methods used for research and analysis of consumers, the main directions for the development and implementation of measures to study the characteristics of consumer behavior were identified and specific measures were proposed for their implementation.

Elements of scientific novelty: specific measures have been developed to improve the effectiveness of research on consumer behavior of CJSC BTA Bank.

Area of possible practical application: practical marketing of BTA Bank CJSC.

Techno-economic, social significance: introduction of proposals for the development and implementation of measures to study the characteristics of consumer behavior in order to increase the performance indicators of the Bank, as well as consumer loyalty and satisfaction of their needs.

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