

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

КАФЕДРА БИЗНЕС–АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ
МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО
«ЛИТОПЛАСТ»**

ПРИХОДЬКО Даниил Сергеевич

Руководитель
Мальцевич Наталья Викторовна
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2021

Дипломная работа: 87 страниц, 15 рисунков, 11 таблиц, 54 источника, 1 приложение.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, БРЕНД, РЕБРЕНДИНГ, ТАРГЕТИНГ.

Цель работы: исследование опыта внедрения маркетинговых инноваций ООО «Литопласт» и разработка рекомендаций по повышению эффективности деятельности организации на основе их внедрения.

Объект исследования: производственно-коммерческое общество с ограниченной ответственностью «Литопласт».

Предмет исследования: влияние внедрения маркетинговых инноваций на эффективность деятельности предприятия.

Методы исследования: общенаучные (анализ, синтез, системность), расчетно-конструктивный и графический методы, а также метод группировок.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических и методологических основ эффективности деятельности организации и маркетинговых инноваций проведён анализ опыта внедрения маркетинговых инноваций в ООО «Литопласт» и даны рекомендации по совершенствованию маркетинговой инновационной деятельности.

Элементы научной новизны: предложено и обосновано применение технологии RTB и создание собственного видеоконтента как ранее не используемых инструментов маркетинга.

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность как ООО «Литопласт», так и других крупных региональных компаний.

Технико-экономическая значимость: внедрение предложенных инноваций приведёт к повышению конкурентоспособности продукции и усилению доверия клиентов к компании, сокращению издержек и экономии на продвижении, увеличению трафика и охват сайта, наращиванию уровня продаж.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная праца: 87 старонак, 15 малюнкаў, 11 табліц, 54 крыніцы, 1 дадатак.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ІНАВАЦЫІ, АЦЭНКА ЭФЕКТЫЎНАСЦІ, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, БРЭНД, РЭБРЭНДЫНГ, ТАРГЕТЫНГ.

Мэта працы: Даследаванне вопыту ўкаранення маркетынговых інавацый ТАА «Літопласт» і распрацоўка рэкамендацый па павышэнню эфектыўнасці дзейнасці арганізацыі на аснове іх ўкаранення.

Аб'ект даследавання: вытворча-камерцыйнае таварыства з абмежаванай адказнасцю «Літопласт».

Прадмет даследавання: уплыў ўкаранення маркетынговых інавацый на эфектыўнасць дзейнасці прадпрыемства.

Метады даследавання: Агульнанавуковыя (аналіз, сінтэз, сістэмнасць), разлікова-канструктыўны і графічны метады, а таксама метады групавыя.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных і метадалагічных асноў эфектыўнасці дзейнасці арганізацыі і маркетынговых інавацый праведзены аналіз вопыту ўкаранення маркетынговых інавацый у ТАА «Літопласт» і дадзены рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавага інавацыйнага дзейнасці.

Элементы навуковай навізны: прапанавана і абгрунтавана прымяненне тэхналогіі RTB і стварэнне ўласнага відэакантэнту як раней не выкарыстоўваюцца інструментаў маркетынгу.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: маркетынговая дзейнасць як ТАА «Літопласт», так і іншых буйных рэгіянальных кампаній.

Тэхніка-эканамічная значнасць: ўкараненне прапанаваных інавацый прывядзе да павышэння канкурэнтаздольнасці прадукцыі і ўзмацненню даверу кліентаў да кампаніі, скарачэння выдаткаў і эканоміі на прасоўванні, павелічэнні трафіку і ахопу сайта, нарошчванню ўзроўню продажаў.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а все запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis: 87 pages, 15 illustrations, 11 tables, 54 sources, 1 application.

MARKETING, MARKETING INNOVATIONS, EFFICIENCY ASSESSMENT, INTERNET ADVERTISING, BRANDING, REBRANDING, TARGETING.

The purpose of the thesis: research of the experience of introducing marketing innovations of LLC «Litoplast» and development of recommendations for improving the efficiency of the organization on the basis of their implementation.

The object of research: production and commercial limited liability company «Litoplast».

The subject of research: the impact of the introduction of marketing innovations on the efficiency of the enterprise.

Research methods: general scientific (analysis, synthesis, consistency), computational-constructive and graphic methods, as well as the grouping method.

Research and development: based on the study of the theoretical and methodological foundations of the effectiveness of the organization and marketing innovations, an analysis of the experience of introducing marketing innovations in LLC «Litoplast» was carried out and recommendations for improving marketing innovation were given.

Elements of scientific novelty: proposed and justified the use of RTB technology and the creation of your own video content as previously not used marketing tools.

The area of possible practical application: marketing activities of both LLC «Litoplast» and other large regional companies.

Technical and economic significance: the introduction of the proposed innovations will lead to an increase in the competitiveness of products and an increase in customer confidence in the company, to reduce costs and savings on promotion, increase traffic and site coverage.

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