

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

НОВИК Диана Петровна

**ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
(на примере санатория «Берёзка»)**

Дипломная работа

АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Ефимова Надежда Викторовна
кандидат философских наук,
доцент

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

Объект исследования – маркетинг услуг (на примере услуг в сфере здравоохранения: подразделение предприятия ОАО «Беларуськалий» – санаторий «Берёзка»). Предмет исследования – формирование стратегии маркетинговых коммуникаций в сфере услуг (сфера отдыха и охраны здоровья на платной основе). Цель дипломной работы – изучить теорию и практику маркетинговой деятельности коммерческой организации и на этой основе разработать стратегию маркетинговой коммуникации санатория «Берёзка», оказывающего услуги в сфере отдыха и охраны здоровья. Методологическая основа: в работе были использованы общенаучные методы (обобщение, сравнение, анализ), сравнительный анализ (анализ финансовой деятельности организации как фактор разработки стратегии маркетинговой коммуникации), SWOT – анализ, интервью, анализ контента сайта.

Изучены теоретические аспекты маркетинга услуг и маркетинговых коммуникаций коммерческой организации, проанализировано финансово–экономическое положение санатория «Берёзка» ОАО «Беларуськалий» за период 2020 – 2021 гг., предложены мероприятия по совершенствованию маркетинговых коммуникаций организации.

Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно.

Ключевые слова: маркетинг услуг, маркетинговые коммуникации, стратегии маркетинговых коммуникаций, коммерческая организация.