

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С
КЛИЕНТАМИ (НА ПРИМЕРЕ ООО ТАНЦЕВАЛЬНЫЙ
ЦЕНТР «ГОАП»)**

ЖДАМАРОВА Александра Андреевна

Руководитель

Королев Юрий Юрьевич,

К. э. н., доцент, профессор кафедры бизнес-администрирования ИБ БГУ

Минск, 2022

Дипломная работа: 58 стр., 5 рис., 13 табл., 68 источников, 5 приложений. Работа состоит из 3 разделов, 7 подразделов.

МАРКЕТИНГ, ПОТРЕБИТЕЛИ, РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ.

Цель исследования: разработка и обоснование путей развития маркетинга взаимоотношений с клиентами на примере ООО Танцевальный центр «ГОАП».

Объект исследования: ООО Танцевальный центр «ГОАП».

Предмет исследования: маркетинг взаимоотношений с клиентами в ООО Танцевальный центр «ГОАП».

Элементы научной новизны: предложен и разработан план маркетинговых мероприятий в ООО Танцевальный центр «ГОАП», составлены сметы затрат, а также посчитана экономическая эффективность.

Методы исследования: анализ; сравнение; обобщение; оценивание.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы в ООО Танцевальный центр «ГОАП» при формировании плана и разработке программ по улучшению взаимоотношений с клиентами организации.

Технико-экономическая и социальная значимость проведенного исследования: предложенный комплекс мер направлен на улучшение маркетинга взаимоотношений с клиентами в ООО Танцевальный центр «ГОАП» за счет проведения маркетинговых мероприятий.

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 теоретические, методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная работа змяшчае 58 стар., 5 табл., 13 крыніц, 5 прыкладанне.
Праца складаецца з 3 раздзелаў, 7 падраздзелаў.

МАРКЕТЫНГ, СПАЖЫЎЦЫ, РЭКЛАМА, МАРКЕТЫНГОВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ.

Мэта даследавання: распрацоўка і абгрунтаванне шляхоў развіцця маркетынгу ўзаемаадносін з кліентамі на прыкладзе ТАА Танцавальны цэнтр «ГООП».

Аб'ект даследавання: ТАА Танцавальны цэнтр «ГООП».

Прадмет даследавання: маркетынг узаемаадносін з кліентамі ў ТАА Танцавальны цэнтр «ГООП».

Элементы навуковай навізны: прапанаваны і распрацаваны план маркетынговых мерапрыемстваў у ТАА Танцавальны цэнтр «ГООП», складзеныя каштарысы выдаткаў, а таксама палічаная эканамічная эфектыўнасць.

Метады даследавання: аналіз; параўнанне; абагульненне; ацэнка.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны ў ТАА Танцавальны цэнтр «ГООП» пры фарміраванні плана і распрацоўцы праграм па паляпшэнню ўзаемаадносін з кліентамі арганізацыі.

Тэхніка-эканамічная і сацыяльная значнасць праведзенага даследавання: прапанаваны комплекс мер накіраваны на паляпшэнне маркетынгу ўзаемаадносін з кліентамі ў ТАА Танцавальны цэнтр «ГООП» залік правядзення маркетынговых мерапрыемстваў.

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 тэарэтычныя, метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis contains 58 pages, 5 tablets, 13 sources, 5 appendices.

The work consists of 3 sections, 7 subsections.

MARKETING, CONSUMERS, ADVERTISING, MARKETING RESEARCH.

The purpose of the study is to develop and justify the ways to develop marketing relationships with clients on the example of LLC Dance Center «GOAP».

Object of research: LLC Dance Center «GOAP».

Subject of research: marketing of relationships with clients in LLC Dance Center «GOAP».

Elements of scientific novelty: a plan of marketing activities in LLC Dance Center «GOAP» has been proposed and developed, cost estimates have been compiled, and economic efficiency has been calculated.

Research methods: analysis; comparison; generalization; evaluation.

Scope of possible practical application: the proposed solutions can be used in LLC Dance Center «GOAP» when forming a plan and developing programs to improve relationships with the organization's customers.

Technical, economic and social significance of the study: the proposed set of measures is aimed at improving the marketing of relationships with customers in the LLC Dance Center «GOAP» due to marketing events.

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