

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ТОРГОВОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ**

МЯСНИКОВА Ольга Сергеевна

Руководитель
Подобед Наталья Александровна
доцент, к.э.н.

Минск, 2022

Дипломная работа: 110 с., 20 рис., 15 табл., 66 источников, 4 прил.

МАРКЕТИНГ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, СИСТЕМА ПРОДВИЖЕНИЯ, ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ

Цель исследования: разработка мероприятий, направленных на совершенствование системы маркетинговых коммуникаций ООО «Цветное лето» и обоснование эффективности мероприятий.

Объект исследования: маркетинговые коммуникации ООО «Цветное лето».

Предмет исследования: мероприятия по совершенствованию маркетинговых коммуникаций ООО «Цветное лето».

Методы исследования: метод сравнения, расчетно-аналитический метод, аналитический метод, логический метод, системный подход, экономический анализ, прогнозирование и метод экспертных оценок.

Исследования и разработки: изучены теоретические аспекты разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации, проведен анализ состояния маркетинговых коммуникаций в организации, предложены мероприятия, направленные на совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в ООО «Цветное лето» и обосновать эффективность мероприятий.

Элементы научной новизны: предложено и обосновано мероприятия по повышению эффективности коммуникационной деятельности организации.

Область возможного применения: торговые организации Республики Беларусь.

Технико-экономическая, социальная значимость: реализация мероприятий позволит улучшить коммуникационную деятельность организации.

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.

Thesis: 110 p., Figures 20, Table 15, 66 sources, 4 app.

MARKETING, MARKETING COMPLEX, PROMOTION SYSTEM, INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS, MARKETING STRATEGIES

The purpose of the study: development of measures aimed at improving the marketing communications system of LLC «Tsvetnoe leto» and justification of the effectiveness of the measures.

Object of research: LLC «Tsvetnoe leto».

Subject of research: organization of marketing communications of LLC «Tsvetnoe leto».

Research methods: comparison method, calculation and analytical method, analytical method, logical method, system approach, economic analysis, forecasting and expert evaluation method.

Research and development: the theoretical aspects of the development of the marketing communications system in the organization are studied, the analysis of the state of marketing communications in the enterprise is carried out, the measures aimed at improving the marketing communications system in LLC «Tsvetnoe leto» are proposed and the effectiveness of the measures is justified.

Elements of scientific novelty: proposed and justified measures to improve the effectiveness of the organization's communication activities.

Scope of possible application: trade organizations of the Republic of Belarus.

Technical-economic, social significance: the implementation of measures will improve the communication activities of the organization.

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