

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКТА И
НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ**

ЮШКЕВИЧ Александра Анатольевна

Руководитель

Домакур Ольга Владимировна

доцент, кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2022

Дипломная работа: 93 с., 10 рис., 17 табл., 57 источников, 5 прил.

КОНКУРЕНЦИЯ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПОЗИЦИИ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ, КОНКУРЕНТЫ

Целью дипломной работы оценка конкурентоспособности производимой ОАО «Можелит» продукции.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретические аспекты конкурентоспособности продукции, определить ее сущность, факторы, методы оценки и маркетинговые инструменты ее повышения.
2. Проанализировать деятельность ОАО «Можелит» и дать оценку конкурентоспособности производимой продукции;
3. Определить основные направления повышения конкурентоспособности производимой продукции ОАО «Можелит».

Объект исследования: конкурентоспособность продукции.

Предмет исследования: формирование и развитие конкурентоспособности продукта ОАО «Можелит».

Методы исследования: методы системного анализа, метод сравнения, методы статистического анализа, метод группировок, методы наглядного отображения информации (табличный и графический методы) и др.

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность ОАО «Можелит».

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-аналитический материал правильно и 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: 93 p., Figures 10, Table 17, 57 sources, 5 app.

COMPETITION, COMPETITIVE POSITION, COMPETITIVE
ADVANTAGES, COMPETITIVENESS, COMPETITIVENESS
MANAGEMENT, COMPETITORS

The purpose of the thesis is to assess the competitiveness of products manufactured by JSC «Mozhzhelit».

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

1. the theoretical aspects of the competitiveness of products were studied, its essence, factors, evaluation methods and marketing tools for its increase were determined;

2. Analyzed the activities of JSC «Mozhzhelit» and assessed the competitiveness of products;

3. The main directions for increasing the competitiveness of the products manufactured by JSC «Mozhzhelit» were determined.

Object of research: financial and economic activity.

Subject of study formation and development of the competitiveness of the products of JSC «Mozhzhelit».

Research methods: methods of system analysis, comparison method, methods of statistical analysis, grouping method, methods of visual display of information (tabular and graphical methods), etc.

Area of possible application: marketing activity of JSC «Mozhzhelit».

Author of work confirms that the above thesis work in computational and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological position and concepts accompanied by references to their authors.