

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

КАФЕДРА ФИНАНСОВ И МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация к дипломной работе

**ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРОИТЕЛЬ-
НОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

БАСОВА Полина Андреевна

**Руководитель
Киреенко Владимир Петрович,
кандидат физ.-мат. наук, доцент**

Минск, 2022

Дипломная работа: 65 с., 16 рис., 1 таб., 55 источников.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, СТРАТЕГИИ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, РЕКЛАМА, СТРОИТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, СЕО, СММ

Цель исследования: анализ маркетинговой деятельности строительных организации в современных условиях и определение основных направлений их развития в Республике Беларусь.

В рамках достижения цели работы автором были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть сущность маркетинговой деятельности, ее виды и функции;
- провести анализ особенности маркетинговой деятельности для строительных организаций;
- рассмотреть планирование и организация маркетинговой деятельности организаций;
- проанализировать маркетинговую деятельность организации «А-100 Девелопмент» и провести ее оценку;
- провести анализ по конкурентам и сделать выводы;
- определить основные направления и тенденции развития маркетинговой деятельности в Республике Беларусь.

Объект исследования: организация маркетинговой деятельности в строительных организациях.

Предмет исследования: маркетинговая деятельность организации «А-100 Девелопмент».

Методы исследования: методы теоретического анализа специализированной литературы, сравнительного анализа, синтеза.

Область возможного применения: совершенствование маркетинговой деятельности организации «А-100 Девелопмент».

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: 65 p., 16 fig., 1 tab., 55 sources.

MARKETING, MARKETING ACTIVITIES, MARKETING PLANNING, STRATEGIES, MARKETING RESEARCH, ADVERTISING, CONSTRUCTION ORGANIZATION, INTERNET MARKETING, SEO, SMM

The purpose of this graduate work: analysis of the marketing activities of construction organizations in modern conditions and the definition of the main directions of their development in the Republic of Belarus.

In order to achieve this goal, the author posed the following tasks:

- consider the essence of marketing activities, its types and functions;
- analyze the features of marketing activities for construction companies;
- consider the planning and organization of marketing activities of organizations;
- analyze the marketing activities of the organization "A-100 Development" and evaluate it;
- conduct an analysis of competitors and draw conclusions;
- determine the main directions and trends in the development of marketing activities in the Republic of Belarus.

The research object: organization of marketing activities in construction organizations.

The subject: marketing activities of the organization "A-100 Development".

Research methods: methods of theoretical analysis of specialized literature, comparative analysis, synthesis.

Scope of possible application: improvement of the marketing activities of the organization "A-100 Development".

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given 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.

Дыпломная работа: 65 с., 16 мал., 1 табл, 55 крыніц.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, МАРКЕТЫНГАВАЕ ПЛАНАВАННЕ, СТРАТЭГІІ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, РЭКЛАМА, БУДАЎНАЯ АРГАНІЗАЦЫЯ, ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТ, СЕА, СММ

Мэта даследавання: аналіз маркетынгавай дзейнасці будаўнічых арганізацыі ў сучасных умовах і вызначэнне асноўных напрамкаў іх развіцця ў Рэспубліцы Беларусь.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

- разгледзець сутнасць маркетынгавай дзейнасці, яе віды і функцыі;
- правесці аналіз асаблівасці маркетынгавай дзейнасці для будаўнічых арганізацый;
- разгледзець планаванне і арганізацыя маркетынгавай дзейнасці арганізацый;
- прааналізаваць маркетынгавую дзейнасць арганізацыі «А-100 Дэвелапмент» і правесці яе ацэнку;
- правесці аналіз па канкурэнтах і зрабіць высновы;
- вызначыць асноўныя напрамкі і тэндэнцыі развіцця маркетынгавай дзейнасці ў Рэспубліцы Беларусь.

Аб'ект даследавання: арганізацыя маркетынгавай дзейнасці ў будаўнічых арганізацыях.

Прадмет даследавання: маркетынгавая дзейнасць арганізацыі «А-100 Дэвелапмент».

Метады даследавання: метады тэарэтычнага аналізу спецыялізаванай літаратуры, параўнальнага аналізу, сінтэзу.

Вобласць магчымага прымянення: ўдасканаленне маркетынгавай дзейнасці арганізацыі «А-100 Панне-лопмент».

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