

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ В
СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

КОМАР Екатерина Александровна

Руководитель

Хмель Сергей Александрович,

Старший преподаватель

Минск, 2023

Дипломная работа: 80 с., 15 рис., 19 табл., 60 источников, 4 прил.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, КОММУНИКАЦИИ, ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА, ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА, ПРЯМЫЕ ПРОДАЖИ, МАКРОСРЕДА МАРКЕТИНГА, МИКРОСРЕДА МАРКЕТИНГА, ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА

Целью дипломной работы является разработка и обоснование предложения по развитию маркетинга ООО «ПапилиоПродакшн» бренд «Алена Горецкая».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Определить сущность маркетинга и его инструменты;
2. Дать характеристику факторам развития маркетинга в современных условиях;
3. Рассмотреть показатели эффективности маркетинга организации;
4. Изучить нормативные правовые документы, регулирующие маркетинг субъекта хозяйствования Республики Беларусь;
5. Дать краткую организационную характеристику ООО «ПапилиоПродакшн» бренд «Алена Горецкая»;
6. Охарактеризовать основные инструменты маркетинга ООО «ПапилиоПродакшн» бренд «Алена Горецкая» и оценка эффективности их использования;
7. Выявить факторы развития маркетинга в ООО «ПапилиоПродакшн» бренд «Алена Горецкая»;
8. Предложить пути развития маркетинга в ООО «ПапилиоПродакшн» бренд «Алена Горецкая».

Объект исследования: система маркетинга ООО «ПапилиоПродакшн» бренд «Алена Горецкая».

Предмет исследования: факторы развития маркетинга в организации в современных условиях.

Методы исследования: сочетание системного, функционального, логического, эмпирического, сравнительного методов анализа.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при реализации маркетинговой стратегии.

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: 80 p., Figures 15, Table 19, 60 sources, 4 app.

MARKETING, ADVERTISING, COMMUNICATIONS, MARKETING FUNCTIONS, MARKETING PRINCIPLES, DIRECT SALES, MARKETING MACRO ENVIRONMENT, MARKETING MICRO ENVIRONMENT, MARKETING DEVELOPMENT FACTORS.

The purpose of the study: research and grounding for proposals of PapilioProduction LLC, the Alena Goretskaya brand marketing development.

In order to achieve this goal, the following tasks were set by the author:

1. Determine the essence of marketing and its tools;
2. To characterize the factors of marketing development in modern conditions;
3. Consider the organization's marketing performance indicators;
4. To study the normative legal documents regulating the marketing of a business entity of the Republic of Belarus;
5. Give a brief organizational description of PapilioProduction LLC, the Alena Goretskaya brand;
6. To characterize the main marketing tools of PapilioProduction LLC, the Alena Goretskaya brand and evaluate the effectiveness of their use;
7. To identify the factors of marketing development in PapilioProduction LLC, the Alena Goretskaya brand;
8. Suggest ways of marketing development in PapilioProduction LLC, the Alena Goretskaya brand.

Object of the study: the marketing system of PapilioProduction LLC, the Alena Goretskaya brand

Subject of the research: factors of development of marketing in the organization in modern conditions.

Research methods: a combination of systematic, functional, logical, empirical, comparative methods of analysis.

Area of possible practical application: the proposed solutions can be used in practice when implementing a marketing strategy.

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.