

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

**Аннотация к дипломной работе
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА В
ОРГАНИЗАЦИИ**

ПЕТРОВИЧ Ольга Юрьевна

Руководитель:
Хмель Сергей Александрович,
старший преподаватель

Минск, 2023

Дипломная работа: 69 с., 12 рис., 11 табл., 57 источников.

МАРКЕТИНГ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПРОДУКТ, ЦЕНА, СБЫТ, ПРОДВИЖЕНИЕ

Целью дипломной работы является повышение эффективности маркетинговой деятельности организации путём совершенствования элементов комплекса маркетинга.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы комплекса маркетинга в организации;
2. Проанализировать хозяйственную деятельность «ЦППКиПК ДОСААФ» и её эффективность, основные экономические характеристики, организационную структуру;
3. Проанализировать маркетинговую деятельность рассматриваемой организации в целом, элементы комплекса маркетинга и их эффективность.

Объект исследования: комплекс маркетинга.

Предмет исследования: комплекс маркетинга организации «ЦППКиПК ДОСААФ».

Методы исследования: анализ, обработка и систематизация, расчётно-аналитический метод, исследовательские подходы (содержательный, обобщённый).

Область возможного практического применения: практический маркетинг «ЦППКиПК ДОСААФ».

Автор работы подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчётно-аналитический материал 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: 69p., Figures 12, Table 11, 57 sources.

MARKETING, MARKETING MIX, MARKETING EFFICIENCY, PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION

The aim of the thesis is to increase efficiency of the organization's marketing activities by improving the elements of the marketing mix.

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

1. To study the theoretical foundations of the marketing mix in the organization;
2. To analyze the economic activity of "DOSAAF CPPK&PC" and its efficiency, the main economic characteristics, the organizational structure;
3. To analyze marketing activity of the considered organization as a whole, elements of a complex of marketing and their efficiency.

Object of research: marketing mix.

Subject of research: marketing mix of the organization «The DOSAAF CPPK&PK».

Methods: analysis, processing and systematization, calculation and analytical method, research approaches (substantive, generalized).

Realm of the possible practical applications: practical marketing of «The DOSAAF CPPK&PK»

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.