

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СУБЪЕКТА
ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И НАПРАВЛЕНИЯ
ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

РАГИЛО Вадим Андреевич

Руководитель
Подобед Наталья Александровна,
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2023

Дипломная работа: 94 страницы, 17 рис., 27 табл., 55 источников, 6 прил.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕКЛАМА, ЦЕНА, ПРОДВИЖЕНИЕ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАТРИЦА

Цель дипломной работы – разработать пути повышения эффективности управления маркетинговой деятельностью в ОАО «Глубокский МКК».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- изучить основные теоретические аспекты управления маркетинговой деятельностью на предприятии;
- провести анализ управления маркетинговой деятельностью в ОАО «Глубокский МКК»;
- разработать пути повышения эффективности управления маркетинговой деятельностью на предприятии.

Объект исследования – маркетинговая деятельность в ОАО «Глубокский МКК».

Предмет исследования в представленной дипломной работе – совершенствование маркетинговой деятельности организации.

Методы исследования: познания (дедукция, индукция, анализ, синтез, обобщение), а также приемы экономического анализа (сравнения), табличный, графический методы.

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность ОАО «Глубокский МКК».

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 теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

(подпись студента)

Thesis: 94 pages, 17 figures, 27 tables, 55 references, 6 appendices.

KEYWORDS: MARKETING, MARKETING ACTIVITY, ADVERTISING, PRICE, PROMOTION, COMPETITIVENESS, MATRIX

The purpose of the thesis is to develop ways to improve the efficiency of marketing management in JSC «Gluboksky MKK».

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

to study the main theoretical aspects of managing marketing activities in an enterprise;

to analyze the management of marketing activities in OJSC «Glubokskiy MKK»;

develop ways to improve the efficiency of marketing management at the enterprise.

The object of the study is the marketing activity in JSC «Gluboksky MKK».

The subject of research in the presented thesis is the improvement of the marketing activities organization.

Research methods: knowledge (deduction, induction, analysis, synthesis, generalization), as well as methods of economic analysis (comparison), tabular, graphical methods.

Area of possible practical application: marketing activities of JSC «Gluboksky MKK».

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

(student signature)