

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

КАФЕДРА ФИНАНСОВ И МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация к дипломной работе

**СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ
ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА (НА ПРИМЕРЕ ООО «КРАВТ»)**

СОРОКИНА Анна Викторовна

Руководитель:

Егоров Александр Вениаминович
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2024

Дипломная работа: 60 с., 17 рис., 8 таб., 66 источников, 2 прил.

МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА.

Цель исследования: обоснование и разработка теоретических положений и научно-практических рекомендаций по управлению маркетинговыми инструментами предприятия.

Объект исследования: процесс управления маркетинговыми инструментами ООО «КРАВТ».

Предмет исследования: теоретические и методологические основы, методические подходы и практические аспекты управления маркетинговыми инструментами предприятия.

Методы исследования: сравнения, экономического исследования системный подход, методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, метод классификации, логический, графический метод.

Исследования и разработки: исследованы теоретические основы анализа маркетинговых инструментов; проанализирована эффективность маркетинговых инструментов ООО «КРАВТ»; предложены мероприятия по повышению эффективности маркетинговых инструментов организации.

Элементы научной новизны: разработано экономическое обоснование проекта по продвижению интернет-магазина ООО «КРАВТ» в социальной сети Instagram.

Область возможного применения: результаты исследования могут быть использованы в работе организаций различных форм собственности в Республике Беларусь.

Технико-экономическая, социальная значимость: возможность использования результатов при повышении эффективности маркетинговых инструментов продвижения товаров.

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.

(подпись студента)

Thesis: 60 p., 17 fig., 8 tab., 66 sources, 2 appendices.

MARKETING, PROMOTION, MARKETING TOOLS, MARKETING MIX,
SOCIAL MEDIA.

The purpose of the study: substantiation and development of theoretical provisions and scientific and practical recommendations for the management of marketing tools of the enterprise.

The object of the study: the process of managing marketing tools of KRAVT LLC.

Subject of research: theoretical and methodological foundations, methodological approaches and practical aspects of management of marketing tools of the enterprise.

Research methods: comparison, economic research, systematic approach, methods of analysis and synthesis, induction and deduction, classification method, logical, graphical method.

Research and development: the theoretical foundations of the analysis of marketing tools are investigated; the effectiveness of marketing tools of KRAVT LLC is analyzed; measures to improve the effectiveness of marketing tools of the organization are proposed.

Elements of scientific novelty: an economic justification for the project to promote the online store of KRAVT LLC on the social network Instagram has been developed.

Scope of possible application: the results of the study can be used in the work of organizations of various forms of ownership in the Republic of Belarus.

Technical, economic, social significance: the possibility of using the results to increase the effectiveness of marketing tools for promoting goods.

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.

(signature of student)

Дыпломная работа: 60 с., 17 мал., 8 табл., 66 крыніц., 2 прым.

МАРКЕТЫНГ, ПРАСОЎВАННЕ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ІНСТРУМЕНТЫ, КОМПЛЕКС МАРКЕТЫНГУ, САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ.

Мэта даследавання: Абгрунтаванне і распрацоўка тэарэтычных палажэнняў і навукова-практычных рэкамендацый па кіраванні маркетынгамі інструментамі прадпрыемства.

Аб'ект даследавання: працэс кіравання маркетынгамі інструментамі ТАА «КРАВТ».

Прадмет даследавання: тэарэтычныя і метадалагічныя асновы, метадычныя падыходы і практычныя аспекты кіравання маркетынгамі інструментамі прадпрыемства.

Метады даследавання: параўнання, эканамічнага даследавання сістэмны падыход, метады аналізу і сінтэзу, індукцыі і дэдукцыі, метады класіфікацыі, лагічны, графічны метады.

Даследаванні і распрацоўкі: даследаваны тэарэтычныя асновы аналізу маркетынговых інструментаў; прааналізавана эфектыўнасць маркетных інструментаў ТАА «КРАВТ»; прапанаваны мерапрыемствы па павышэнню эфектыўнасці маркетынговых інструментаў арганізацыі.

Элементы навуковай навізны: распрацавана эканамічнае абгрунтаванне праекта па прасоўванні інтэрнэт-крамы ТАА «КРАВТ» у сацыяльнай сетцы Instagram.

Вобласць магчымага прымянення: вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны ў працы арганізацый розных формаў уласнасці ў Рэспубліцы Беларусь.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: магчымасць выкарыстання вынікаў пры павышэнні эфектыўнасці маркетынговых інструментаў прасоўвання тавараў.

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.

(подпіс студэнта)