

**STATE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT
"SCHOOL OF BUSINESS OF THE BELARUSIAN STATE
UNIVERSITY"**

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Thesis abstract

**ORGANIZATION OF SALES AND PROMOTION ACTIVITIES AS A
PART OF AN MARKETING STRATEGY OF AN ORGANIZATION
(USING THE EXAMPLE OF FLLC “ASSTRA WEISSRUSSLAND”)**

BOGDANOVICH Evgeniy Alexandrovich

**Supervisor
Sadovskaya Jekaterina Yurievna
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor**

Minsk, 2024

Дипломная работа: 75 с., 16 рис., 20 табл., 45 источников, 5 приложения
ВНЕШНЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ, ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, SWOT-АНАЛИЗ, TOWS-АНАЛИЗ, PEST-АНАЛИЗ.

Цель дипломной работы – изучение и анализ методов организации продаж и продвижения как неотъемлемой части маркетинговой стратегии организации, а также разработка рекомендаций по их оптимизации для повышения конкурентоспособности и эффективности предприятия ИООО «Асстра Вайсруsslанд». В дипломной работе решаются следующие основные задачи:

- изучить современные подходы к продажам и продвижению как составным элементам маркетинговой стратегии
- рассмотреть деятельность компании;
- проанализировать маркетинговую среду организации;
- разработать рекомендации по продвижению и увеличению продаж иностранного общества с ограниченной ответственностью "Асстра Вайсруsslанд".

Объект исследования – ИООО «Асстра Вайсруsslанд».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность ИООО «Асстра Вайсруsslанд».

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

Область возможного практического применения: в отделе маркетинга ИООО «Асстра Вайсруsslанд» и иных организациях, предоставляющих схожие услуги.

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.

Thesis: 75 pp., 16 figures, 20 tables. 45 sources, 5 applications

EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION, INTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION, MARKETING, MARKETING STRATEGY, SWOT ANALYSIS, TOWS ANALYSIS, PEST ANALYSIS.

The purpose of the thesis is to study and analyze methods for organizing sales and promotion as an integral part of the organization's marketing strategy, as well as developing recommendations for their optimization to increase the competitiveness and efficiency of the enterprise Asstra Weissrussland FLLC. The thesis solves the following main problems:

- study modern approaches to sales and promotion as components of a marketing strategy
- consider the company's activities and its main types;
- analyze the marketing environment of the organization;
- develop recommendations for promotion and increasing sales of the foreign limited liability company Asstra Weissrussland.

The object of the study is Asstra Weissrussland FLLC.

The subject of the study is marketing activity of Asstra Weissrussland FLLC.

Research methods: general scientific methods of cognition (deduction, induction, analysis, synthesis, generalization), as well as techniques of economic analysis (comparison), tabular, graphical methods.

Area of possible practical application: in the marketing department of Asstra Weissrussland FLLC and other organizations providing similar services.

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.

Дыпломная работа: 75 с., 16 мал., 20 табл., 45 крыніц, 5 дадат
ЗНЕШНЯЯ АСЯРОДДЗЕ АРГАНІЗАЦЫІ, УНУТРАНАЕ АСЯРОДДЗЕ
АРГАНІЗАЦЫІ, МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, SWOT-
АНАЛІЗ, TOWS-АНАЛІЗ, PEST-АНАЛІЗ.

Мэта даследавання - вывучэнне і аналіз метадаў арганізацыі продажаў і прасоўвання як неад'емнай часткі маркетынгавай стратэгіі арганізацыі, а таксама распрацоўка рэкамендацый па іх аптымізацыі для павышэння канкурэнтаздольнасці і эфектыўнасці прадпрыемства ЗТАА «Асстра Вайсрусланд». У дыпломнай рабоце вырашаюцца наступныя асноўныя задачы:

- вывучыць сучасныя падыходы да продажаў і прасоўванні як складовым элементам маркетынгавай стратэгіі
- разгледзець дзейнасць кампаніі і яе асноўныя віды;
- прааналізаваць маркетынгавае асяроддзе арганізацыі;
- распрацаваць рэкамендацыі па прасоўванні і павелічэнні продажаў замежнага таварыства з абмежаванай адказнасцю "Асстра Вайсрусланд".

Аб'ект даследавання – ЗТАА «Асстра Вайсрусланд».

Прадмет даследавання – маркетынгавая дзейнасць ЗТАА «Асстра Вайсрусланд».

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады пазнання (дэдукцыя, індукцыя, аналіз, сінтэз, абагульненне), а таксама прыёмы эканамічнага аналізу (параўнанні), таблічны, графічны метады.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: у аддзеле маркетынгу ЗТАА «Астра Вайсрусланд» і іншых арганізацыях, якія прадстаўляюць падобныя паслугі.

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