

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКТА В СФЕРЕ B2B**

МУРАНОВ Даниил Артёмович

Руководитель
Лесниченко-Роговская Мария Владимировна,
кандидат педагогических наук, доцент

Минск, 2024

Дипломная работа: 55 с., 18 рис., 0 табл., 20 диаграммы, 50 источников, 3 приложение.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКТА, ПОКАЗАТЕЛИ И ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКТА, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКТА

Цель исследования: разработать и обосновать предложения по повышению конкурентоспособности продукта ООО «ЭлектроТехИмпорт».

Объект исследования: конкурентоспособность продукта в сфере B2B.

Предмет исследования: конкурентоспособность светодиодных ламп ООО «ЭлектроТехИмпорт».

Методы исследования: наблюдение, анализ, индукция, дедукция, корреляционный анализ, матричный метод, абстракции и моделирования.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических основ конкурентоспособности продукта определено ее экономическое содержание, показатели, произведена оценка конкурентоспособности продукта, разработаны и экономически обоснованы предложения по ее повышению.

Элементы научной новизны: разработаны мероприятия по повышению конкурентоспособности продукта ООО «ЭлектроТехИмпорт».

Область возможного практического применения: практический маркетинг ООО «ЭлектроТехИмпорт» и другие аналогичные предприятия.

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложений по повышению конкурентоспособности продукта способствует укреплению позиций предприятия ООО «ЭлектроТехИмпорт» на рынке, способствует росту прибыли и объемов продаж.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-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.



Подпись студента

Дыпломная работа: 55 с., 18 мал., 0 табл., 20 дыяграмы, 50 крыніц, 3 дадатак.

КОНКУРЭНТАСПРОСНАСЦЬ ПРАДУКТА, ПАКАЗЧЫКІ І ФАКТАРЫ КОНКУРЭНТАСПОСОБНАСЦІ, ПАКАЗЧЫКІ АЦЭНКІ КОНКУРЭНТАСПОСОБНАСЦІ ПРАДУКТА, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ІНСТРУМЕНТЫ ПАВЫШЭННЯ КОНКУРЭНЦЫ.

Мэта даследавання: распрацаваць і абгрунтаваць прапановы па павышэнні канкурэнтаздольнасці прадукта ТАА «ЭлектраТэхІмпарт».

Аб’ект даследавання: канкурэнтаздольнасць прадукта ў сферы B2B.

Прадмет даследавання: канкурэнтаздольнасць святлодыёдных лямпаў ТАА «ЭлектраТэхІмпарт».

Метады даследавання: назіранне, аналіз, індукцыя, дэдукцыя, карэляцыйны аналіз, матрычны метад, абстракцыі і мадэліравання.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных асноў канкурэнтаздольнасці прадукта вызначана яе эканамічны змест, паказчыкі, праведзена ацэнка канкурэнтаздольнасці прадукту, распрацаваны і эканамічна абгрунтаваны рэкамендацыі па яе павышэнні.

Элементы навуковай навізны: распрацаваны мерапрыемствы па павышэнні канкурэнтаздольнасці прадукта ТАА "ЭлектраТэхІмпарт".

Вобласць магчымага практычнага выкарыстання: практычны маркетынг ТАА "ЭлектраТэхІмпарт" і іншыя аналагічныя прадпрыемствы.

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: укараненне прапаноў па павышэнні канкурэнтаздольнасці прадукта пасадзейнічае ўмацаванню пазіцый прадпрыемства ТАА "ЭлектраТэхІмпарт" на рынку, пасадзейнічае росту прыбытку і аб’ёмаў продажаў.

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



Подпіс студэнта

Thesis: 55 pp., 18 figures, 0 tables, 20 diagrams, 50 sources, 3 appendices.

COMPETITIVE PRODUCT, PAKAZIKI FACTS OF COMPETITIVE CAPABILITY, PAKAZIAN ATSENKI COMPETITIVE CAPABILITY OF THE PRODUCT, MARKETING INSTRUMENTS OF INCREASED COMPETITION.

Objective: develop and justify proposals to increase the competitiveness of the product of ElectroTechImport LLC.

Object of study: competitiveness of the product in the B2B sphere.

Subject of research: competitiveness of LED lamps of ElektroTechImport LLC.

Research methods: observation, analysis, induction, deduction, correlation analysis, matrix method, abstraction and modeling.

Research and development: based on the study of the theoretical foundations of the product's competitiveness, its economic content and indicators were determined, the product's competitiveness was assessed, and recommendations for increasing it were developed and economically justified.

Elements of scientific novelty: measures have been developed to increase the competitiveness of the product of ElectroTechImport LLC.

The field of possible practical application: practical marketing of ElektroTechImport LLC and other similar enterprises.

Technical, economic, social significance: the implementation of proposals to improve the competitiveness of the product will help strengthen the position of the ElektroTechImport LLC enterprise in the market, contribute to the growth of profits and sales volumes.

The author confirms that the analytical material presented in it objectively