

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

**Аннотация к дипломной работе
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА
ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

КАШИРИНА Мария Владимировна

Руководитель
О. В. Домакур
кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга

Минск, 2024

Дипломная работа: 70 с., 9 рис., 19 табл., 50 источников, 3 прил.

МАРКЕТИНГ, ВПЕЧАТЛЕНИЯ, ЭМОЦИИ, ПРОДАЖИ, РЕКЛАМА, ПРОДВИЖЕНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПРИБЫЛЬ

Целью дипломной работы является анализ маркетинговой деятельности конкретной организации и выявление направлений по повышению эффективности использования маркетинга впечатлений в практике исследуемой организации.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить современные тенденции развития маркетинга впечатлений.
2. Произвести анализ и оценку результативности маркетинговой деятельности ЧУП «Экомебель».
3. Предложить направления по повышению эффективности использования маркетинга впечатлений организации.

Объект исследования: маркетинговая деятельность ЧУП «Экомебель».

Предмет исследования: маркетинг впечатлений в деятельности ЧУП «Экомебель».

Методы исследования: аналитический, метод аналогии, метод анализа статистических данных, метод горизонтального и вертикального анализа, графический метод.

Область возможного практического применения: предложенные решения могут быть использованы на практике в маркетинговой деятельности ЧУП «Экомебель».

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-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: 70 pp., 9 figures, 19 tables, 50 sources, 3 appendices.

MARKETING, EXPERIENCES, EMOTIONS, SALES, ADVERTISING,
PROMOTION, EFFICIENCY, PROFIT

The purpose of the thesis is to analyze the marketing activities of a specific organization and identify directions for increasing the effectiveness of the use of experience marketing in the practice of the organization under study.

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

1. Study current trends in the development of experience marketing.
2. Analyze and evaluate the effectiveness of the marketing activities of the private unitary enterprise "Ekomebel".
3. Suggest directions for increasing the effectiveness of the organization's use of experience marketing.

Object of study: marketing activities of private unitary enterprise "Ekomebel".

Subject of research: marketing of impressions in the activities of the private unitary enterprise "Ekomebel".

Research methods: analytical, analogy method, statistical data analysis method, horizontal and vertical analysis method, graphical method.

Area of possible practical application: the proposed solutions can be used in practice in the marketing activities of the private unitary enterprise "Ekomebel".

The author of the work confirms that the calculation and analytical material presented in the thesis 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 праца: 70 с., 9 мал., 19 табл., 50 крыніц, 3 прыкл.

МАРКЕТЫНГ, УРАЖАННІ, ЭМОЦЫІ, ПРОДАЖУ, РЭКЛАМА, ПРОДВИЖЕНИЕ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ, ПРЫБЫТАК

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца аналіз маркетынгавай дзейнасці канкрэтнай арганізацыі і выяўленне напрамкаў па павышэнні эфектыўнасці выкарыстання маркетынгу уражанняў у практыцы доследнай арганізацыі.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. Вывучыць сучасныя тэндэнцыі развіцця маркетынгу уражанняў.
2. Вырабіць аналіз і ацэнку рэзультатыўнасці маркетынгавай дзейнасці ПУП "Экамэбля".
3. Прапанаваць напрамкі па павышэнні эфектыўнасці выкарыстання маркетынгу уражанняў арганізацыі.

Аб'ект даследавання: маркетынгавая дзейнасць ПУП "Экамебель".

Прадмет даследавання: маркетынг уражанняў у дзейнасці ПУП "Экамэбля".

Метады даследавання: аналітычны, метады аналогіі, метады аналізу статыстычных дадзеных, метады гарызантальнага і вертыкальнага аналізу, графічны метады.

Галіна магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць выкарыстаны на практыцы ў маркетынгавай дзейнасці ПУП "Экамэбля".

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