

MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL ESTABLISHMENT
"SCHOOL OF BUSINESS OF THE BELARUSIAN STATE UNIVERSITY"
DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Thesis paper

**MARKETING ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION AND THE WAYS
OF THEIR IMPROVEMENT ON THE EXAMPLE OF JLLC "MOBILE
TELESYSTEMS"**

OMAROVA Esmira Dursunovna

Supervisor:
E.A. Chudinova
Senior Lecturer

Admitted to thesis defense on
«__»_____20__ г.

Head of the Department of Business Administration
Ph.D. of Economic Sciences, Associate Professor
_____G.A. Khatskevich

Minsk, 2024

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 68 с., 17 рис., 24 табл., 51 источник, 5 прил.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, МАРКЕТИНГ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ, РЕКЛАМА, САЙТ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, SWOT-АНАЛИЗ, TOWS-МАТРИЦА, PEST-АНАЛИЗ, АНАЛИЗ 5 СИЛ ПОРТЕРА, АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ, ЧАТ-ПЛАТФОРМА ДЛЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

Цель исследования: разработать и оценить эффективность рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности ООО «МТС».

Объект исследования: ООО «МТС».

Предмет исследования: маркетинговая деятельность ООО «МТС».

Методы исследования: общенаучные методы познания (дедукция, анализ, анализ и обобщение полученных данных), а также приемы экономического анализа (сравнения), табличный, графический методы, PEST-анализ, SWOT-анализ, TOWS-анализ, анализ пяти сил Портера, анализ конкурентов.

Исследования и разработки: в на основе изучения теоретических вопросов организации маркетинговой деятельности определены сущность, современные подходы к осуществлению маркетинговой деятельности и оценке результатов ее проведения, проведен анализ маркетинговой деятельности ООО «МТС», предложены пути ее совершенствования и анализ их эффективности.

Элементы научной новизны: предложены и обоснованы рекомендации по улучшению маркетинговой деятельности предприятия.

Область возможного применения: в маркетинговом отделе ООО «МТС».

Технико-экономическая, социальная значимость: предполагаемые мероприятия будут способствовать улучшению видимости организации в интернете, откроют возможность привлечь дополнительных клиентов и будут способствовать укреплению взаимоотношений с ними.

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)

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 68 с., 17 мал., 24 табл., 51 крыніц, 5 дадаткаў

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГОВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ
МАРКЕТЫНГАВОЙ ДЗЕЙНАСЦІ, МАРКЕТЫНГ САЦЫЯЛЬНЫХ СЕТКАЎ,
РЭКЛАМА, САЙТ, ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, SWOT-НАНА- 5 СІЛ ПАРЦЁРА,
АНАЛІЗ КАНКУРЭНТАЎ, ЧАТ-ПЛАТФОРМА ДЛЯ ПРАЦЫ З КЛІЕНТАМІ

Мэта даследавання: распрацаваць і ацаніць эфектыўнасць рэкамендацый
па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці СТАА «Мабільныя ТэлеСістэмы».

Аб'ект даследавання: СТАА «Мабільныя ТэлеСістэмы».

Прадмет даследавання: маркетынгавая дзейнасць СТАА «Мабільныя
ТэлеСістэмы».

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады пазнання (дэдукцыя,
аналіз, аналіз і абагульненне атрыманых дадзеных), а таксама прыёмы
эканамічнага аналізу (параўнанні), таблічны, графічны метады, PEST-аналіз,
SWOT-аналіз, TOWS-аналіз, аналіз пяці сіл Портэра, аналіз канкурэнтаў.

Даследаванні і распрацоўкі: у аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў
арганізацыі маркетынгавай дзейнасці вызначаны сутнасць, сучасныя падыходы
да ажыццяўлення маркетынгавай дзейнасці і ацэнкі вынікаў яе правядзення,
праведзены аналіз маркетынгавай дзейнасці СТАА «МТС», прапанаваны шляхі
яе ўдасканалення і аналіз іх эфектыўнасці.

Элементы навуковай навізны: прапанаваны і абгрунтаваны
рэкамендацыі па паляпшэнні маркетынгавай дзейнасці прадпрыемства.

Вобласць магчымага прымянення: у маркетынгавым аддзеле СТАА
«МТС».

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: меркаваныя
мерапрыемствы будуць садзейнічаць паляпшэнню бачнасці арганізацыі ў
інтэрнеце, адкрыюць магчымасць прыцягнуць дадатковых кліентаў і будуць
садзейнічаць умацаванню ўзаемаадносін з імі.

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

(подпіс студэнта)

ABSTRACT

Thesis: 68 p., 17 figures, 24 tables, 51 sources, 5 applications

MARKETING, MARKETING ACTIVITY, EFFICIENCY OF MARKETING ACTIVITY, SOCIAL NETWORKS MARKETING, ADVERTISING, SITE, INTERNET MARKETING, SWOT ANALYSIS, TOWS MATRIX, PEST ANALYSIS, PORTER'S 5 FORCES ANALYSIS, COMPETITOR ANALYSIS, CHAT PLATFORM FOR WORKING WITH CUSTOMERS

The purpose of the study: to develop and evaluate the effectiveness of recommendations for improving the marketing activities of JLLC “Mobile TeleSystems”.

The object of research: JLLC “Mobile TeleSystems”.

The subject of the study: marketing activities of JLLC “Mobile TeleSystems”.

Research methods: general scientific methods of cognition (deduction, analysis, analysis and generalization of the data obtained), as well as methods of economic analysis (comparison), tabular, graphical methods, PEST analysis, SWOT analysis, TOWS analysis, Porter's five forces analysis, competitor analysis.

Research and development: based on the study of theoretical issues of the organization of marketing activities, the essence, modern approaches to the implementation of marketing activities and evaluation of the results of its implementation are determined, an analysis of the marketing activities of MTS JLLC is carried out, ways to improve it and an analysis of their effectiveness are proposed.

Elements of scientific novelty: recommendations for improving the marketing activities of the enterprise are proposed and substantiated.

Scope of possible application: in the marketing department of MTS JLLC.

Technical, economic, social significance: the proposed activities will contribute to improving the visibility of the organization on the Internet, will open up the opportunity to attract additional customers and will help strengthen relationships with them.

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.

(a student's signature)