

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «РИВЬЕРА СПА»**

ПОЛЯКОВА Анисия Анатольевна

Научный руководитель
Пыко Елена Петровна
Старший преподаватель

Минск, 2025

Дипломная работа: 104 с., 16 рис., 40 табл., 52 источников, 6 прил.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА, АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Цель исследования: проведение анализа текущей маркетинговой политики компании «Ривьера СПА» с последующей разработкой предложений по ее оптимизации.

Объект исследования: деятельность ООО «Ривьера СПА».

Предмет исследования: маркетинговая стратегия ООО «Ривьера СПА».

Методы исследования: теоретический анализ методической литературы по теме исследования, расчетно-аналитический анализ; метод аналогии, метод дедукции; метод обобщения, анализ и обобщение полученных данных, применение современных аналитических инструментов, а также оценка возврата на маркетинговые инвестиции (ROMI).

Область возможного применения: предоставление стратегии маркетингового развития и аналитического обоснования повышения эффективности деятельности на рассмотрение руководству ООО «Ривьера СПА» для внедрения предложенных мероприятий в рамках совершенствования маркетинговой политики и повышения рентабельности бизнеса.

Автор работы подтверждает, что приведенные в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а заимствованные из литературных источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная работа: 104 с., 16 мал., 40 табл., 52 крыніц, 6 дадаткаў.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ
МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦІ, ФУНКЦЫІ МАРКЕТЫНГУ, АНАЛІЗ
ДЗЕЙНАСЦІ ПРАДПРЫЕМСТВА.

Мэта даследавання: правядзенне аналізу дзеючай маркетынгавай палітыкі кампаніі «Рыўера СПА» з наступнай распрацоўкай прапаноў па яе аптымізацыі.

Аб'ект даследавання: дзейнасць ТАА «Рыўера СПА».

Прадмет даследавання: маркетынгавая стратэгія ТАА «Рыўера СПА».

Метады даследавання: тэарэтычны аналіз метадычнай літаратуры па тэме даследавання, разлікова-аналітычны аналіз; метады аналогіі, метады дэдукцыі; метады абагульнення, аналіз і абагульненне атрыманых дадзеных, прымяненне сучасных аналітычных інструментаў, а таксама ацэнка вяртання маркетынгавых інвестыцый (ROMI).

Вобласць магчымага прымянення: прадстаўленне стратэгіі маркетынгавага развіцця і аналітычнага абгрунтавання павышэння эфектыўнасці дзейнасці на разгляд кіраўніцтву ТАА «Рыўера СПА» для ўкаранення прапанаваных мерапрыемстваў у межах удасканалення маркетынгавай палітыкі і павышэння рэнтабельнасці бізнесу.

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 суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

Thesis paper: 104 p, 16 fig., 40 tabl., 52 references, 6 app.

MARKETING, MARKETING STRATEGY, MARKETING EFFECTIVENESS, MARKETING FUNCTIONS, ENTERPRISE ACTIVITY ANALYSIS.

Purpose of the research: to analyze the current marketing policy of the company «Riviera SPA» and develop proposals for its optimization.

Object of the research: activity of LLC «Riviera SPA».

Subject of the research: marketing strategy of LLC «Riviera SPA».

Research methods: theoretical analysis of methodological literature on the topic, calculation and analytical methods; analogy method; deduction method; generalization method; analysis and synthesis of obtained data; application of modern analytical tools; and evaluation of return on marketing investment (ROMI).

Area of possible application: providing a marketing development strategy and analytical justification for improving the efficiency of LLC «Riviera SPA» operations for management consideration and implementation within the framework of marketing policy improvement and business profitability growth.

The author of the paper confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under the study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.