

**MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
STATE EDUCATIONAL INSTITUTION
SCHOOL OF BUSINESS OF BELARUSIAN STATE UNIVERSITY**

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Thesis Paper Summary

**ANALYSIS OF MARKETING ACTIVITIES AND THE WAYS OF THEIR
IMPROVEMENT (USING THE EXAMPLE OF OJSC «BELAZ»)**

KOSTYUK Valentin Alekseevich

Scientific supervisor
Myshkovets Yury Alexeevich
Candidate of Economic Sciences

Minsk, 2025

Дипломная работа: 60 с., 6 рис., 15 таб., 50 источников, 2 прил.
МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ,
ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ФУНКЦИИ
МАРКЕТИНГА, АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Цель исследования: на основе анализа маркетинговой деятельности ОАО «БЕЛАЗ» разработать направления её совершенствования и рассчитать экономический эффект от внедрения предложенных мероприятий.

Объект исследования: деятельность компании ОАО «БЕЛАЗ».

Предмет исследования: организация и эффективность маркетинговой деятельности компании ОАО «БЕЛАЗ».

Методы исследования: теоретический анализ методической литературы, расчетно-аналитический анализ, SWOT-анализ, метод аналогии, анализ и обобщение данных, факторный анализ, метод экспертной оценки, комплексное исследование.

Область возможного применения: практическое использование результатов исследования позволит повысить эффективность маркетинговой деятельности ОАО «БЕЛАЗ» и улучшить экономические показатели компании.

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 сопровождаются ссылками на их авторов.

Дыпломная работа: 60 с., 6 мал., 15 таб., 50 крыніц, 2 дад.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦІ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ФУНКЦЫІ, АНАЛІЗ ПРАДПРЫЕМСТВА

Мэта даследвання: на аснове аналізу маркетынгавай дзейнасці ААТ «БЕЛАЗ» распрацаваць напрамкі яе ўдасканалення і разлічыць эканамічны эффект ад укаранення прапанаваных мерапрыемстваў..

Аб'ект даследавання: дзейнасць кампаніі ААТ «БЕЛАЗ».

Прадмет даследавання: арганізацыя і эфектыўнасць маркетынгавай дзейнасці кампаніі ААТ «БЕЛАЗ».

Методы даследавання: тэарэтычны аналіз метадычнай літаратуры, разлікова-аналітычны аналіз, SWOT-аналіз, метада аналогіі, аналіз і абагульненне дадзеных, фактарны аналіз, метада экспертнай ацэнкі, комплекснае даследаванне.

Вобласць магчымага прымянення: практычнае выкарыстанне вынікаў даследавання дазволіць павысіць эфектыўнасць маркетынгавай дзейнасці ААТ «БЕЛАЗ» і палепшыць эканамічныя паказчыкі кампаніі.

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: 60 pag., 6 fig., 15 tab., 50 sources, 2 app.

MARKETING, MARKETING ACTIVITY, EFFICIENCY OF MARKETING ACTIVITY, MARKETING FUNCTIONS, ANALYSIS OF ENTERPRISE ACTIVITY

Purpose of the research: based on the analysis of the marketing activity of OJSC «BELAZ», to develop directions for its improvement and calculate the economic effect of the proposed measures.

Object of the research: activities of OJSC «BELAZ».

Subject of the research: organization and efficiency of the marketing activity of OJSC «BELAZ».

Research methods: theoretical analysis of methodological literature, calculative and analytical analysis, SWOT-analysis, method of analogy, analysis and generalization of data, factor analysis, expert evaluation method, integrated research.

Area of possible application: practical use of the research results will improve the efficiency of the marketing activity of OJSC «BELAZ» and enhance the company's economic performance.

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.