

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ ОРГАНИЗАЦИИ: ОЦЕНКА
СОСТОЯНИЯ, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

БОГУШЕВИЧ Мария Геннадьевна

**Руководитель
Авдей Ольга Васильевна,
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2025

Дипломная работа: 64 с., 7 рис., 15 табл., 55 источников, 2 прил.

КОММУНИКАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕКЛАМА,
ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ, ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ,
МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ, СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА,
ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Цель исследования работы: анализ использования инновационного маркетинга и направления их совершенствования в ООО «Единый сервис Евротерм».

Объект исследования: инновационный маркетинг.

Предмет исследования: организация и совершенствование системы инновационного маркетинга в ООО «Единый сервис Евротерм».

Методы исследования: метод обобщения, метод анализа и синтеза, метод сравнения, графический метод.

Исследования и разработки: изучены теоретические аспекты использования инновационного маркетинга; дана организационно-экономическая характеристика ООО «Единый сервис Евротерм»; проведена оценка деятельности ООО «Единый сервис Евротерм» в области инноваций в маркетинге; предложены пути совершенствования использования инновационного маркетинга в ООО «Единый сервис Евротерм».

Область возможного применения: практически рекомендации и предложения могут быть внедрены в анализируемой организации ООО «Единый сервис Евротерм».

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.

Thesis: 64 p., 7 fig., 15 tables, 55 sources, 2 appendixes.

COMMUNICATION ACTIVITIES, ADVERTISING, INNOVATIVE MARKETING, INNOVATIVE MARKETING, MARKETING, PROMOTION, SALES POLICY, EFFICIENCY

The purpose of the thesis: analysis of the use of innovative marketing and directions for their improvement in LLC "Ediny Service Euroterm".

The object of the study is innovative marketing.

The subject of the study is innovative marketing used in LLC "Ediny Service Euroterm".

Research methods: generalization method, analysis and synthesis method, comparison method, graphical method.

Research and development: the theoretical aspects of the use of innovative marketing were studied; the organizational and economic characteristics of LLC "Ediny Service Euroterm" were given; The activity of the Unified Service Euroterm LLC in the field of innovations in marketing was assessed; ways to improve the use of innovative marketing in the Unified Service Euroterm LLC were proposed.

Area of possible practical application: recommendations and proposals can be implemented in the analyzed organization.

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.

Дыпломная праца: 64 с., 7 мал., 15 табл., 55 крыніц, 2 прыкл.

**КАМУНІКАЦЫЙНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, РЭКЛАМА, ІНАВАЦЫЙНЫ
МАРКЕТЫНГ, ІНАВАЦЫЙНЫ МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГ, РАХУННЕ,
ЗБЫТАВАЯ ПАЛІТЫКА, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ**

Мэта даследавання працы: аналіз выкарыстання інавацыйнага маркетынгу і кірункі іх удасканалення ў ТАА «Адзіны сэрвіс Еўратэрм».

Аб'ект даследавання: інавацыйны маркетынг.

Прадмет даследавання: арганізацыя і ўдасканаленне сістэмы інавацыйнага маркетынгу ў ТАА "Адзіны сэрвіс Еўратэрм".

Метады даследавання: метады абагульнення, метады аналізу і сінтэзу, метады параўнання, графічны метады.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучаны тэарэтычныя аспекты выкарыстання інавацыйнага маркетынгу; дадзена арганізацыйна-эканамічная характарыстыка ТАА "Адзіны сэрвіс Еўратэрм"; праведзена ацэнка дзейнасці ТАА "Адзіны сэрвіс Еўратэрм" у галіне інавацый у маркетынгу; прапанаваны шляхі ўдасканалення выкарыстання інавацыйнага маркетынгу ў ТАА "Адзіны сэрвіс Еўратэрм".

Вобласць магчымага прымянення: практычна рэкамендацыі і прапановы могуць быць укаранёны ў аналізаванай арганізацыі ТАА "Адзіны сэрвіс Еўратэрм".

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 тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.