

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ**

МИТЕНКОВА Алиса Дмитриевна

**Руководитель
Кудасова Елена Валерьевна,
старший преподаватель, магистр экономических наук**

Минск, 2025

Дипломная работа: 71 с., 4 рис., 23 табл., 50 источников, 2 прил.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ, РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ

Цель исследования: выявление путей совершенствования управления маркетинговой деятельностью на основе анализа финансово – хозяйственной деятельности организации.

Объект исследования: управление маркетинговой деятельностью организации.

Предмет исследования: управление маркетинговой деятельностью ООО «Фактор телеком»

Методы исследования: сравнительного анализа, группировок, экспертных оценок, табличный, графический.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы управления маркетинговой деятельностью организации; проведен анализ маркетинговой деятельности ООО «Фактор телеком»; сформированы предложения по совершенствованию управления маркетинговой деятельностью ООО «Фактор телеком».

Область возможного применения: предложенные решения могут быть использованы на практике при организации деятельности ООО “Фактор телеком”, других организации в данном сегменте рынка.

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.

Дыпломная праца: 71 с., 4 рыс., 23 табл., 50 крыніц, 2 дад
МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, КІРАВАННЕ
МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦЮ, РЭЗУЛЬТАТЫЎНАСЦЬ КІРАВАННЯ
МАРКЕТЫНГАМ, УДАСКАНАЛЕННЕ КІРАВАННЯ МАРКЕТЫНГАМ

Мэта даследавання: выяўленне шляхоў удасканалення кіравання
маркетынгавай дзейнасцю на аснове аналізу фінансава-гаспадарчай дзейнасці
арганізацыі.

Аб'ект даследавання: кіраванне маркетынгавай дзейнасцю арганізацыі.

Прадмет даследавання: кіраванне маркетынгавай дзейнасцю ТАА
«Фактор Тэлеком».

Методы даследавання: параўнальны аналіз, групіроўкі, экспертныя
ацэнкі, таблічны і графічны метады.

Галіна магчымага прымянення: прапанаваныя рашэнні могуць быць
выкарыстаны на практыцы пры арганізацыі дзейнасці ТАА «Фактор Тэлеком»
і іншых арганізацый у дадзеным сегменце рынку.

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

Diploma work: 71 pages, 4 figures, 23 tables, 50 sources, 2 app
MARKETING, MARKETING ACTIVITIES, MARKETING
MANAGEMENT PERFORMANCE, MARKETING MANAGEMENT
EFFICIENCY, IMPROVEMENT OF MARKETING MANAGEMENT

Research Objective: to identify ways to improve the management of marketing activities based on the analysis of the financial and economic activities of the organization.

Research Object: management of the organization's marketing activities.

Research Subject: management of marketing activities of LLC "Factor Telecom."

Research Methods: comparative analysis, grouping, expert evaluations, tabular and graphical methods.

Scope of Application: the proposed solutions can be applied in practice during the organization of activities of LLC "Factor Telecom" and other organizations in this market segment.

The author confirms that the calculation and analytical material presented in the thesis correctly and objectively reflects the state of the studied process, and all theoretical, methodological, and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors