**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ООО «АЛЮКОН»**

КАЩЕЕВА Елена Викторовна

Руководитель

Точицкая Ирина Эдуардовна

кандидат экономических наук, доцент

2014

Ключевые слова: КОНКУРЕНЦИЯ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЕ ПОЗИЦИИ, РентабельностЬ продаж, рентабельность затрат, прибыль, себестоимость, социальный маркетинг, ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель работы – проведение анализа маркетинговой стратегии предприятия и его продукции и выявление возможностей увеличения ее уровня в ООО «Алюкон».

Результаты исследования были сопоставлены с фактическими данными, проанализированы графическими и табличными методами. Конкурентная среда проанализирована с помощью SWOT-анализа и PEST-анализа. Изучены теоретические основы организации маркетинговой деятельности предприятия.

Созданная в результате исследования стратегия проста в освоении и не требует значительных финансовых затрат. Результаты проведенного исследования уже частично применяются в организации, а остальные будут запущены в работу в ближайшее время.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней цифровой материал правильно и объективно отражает текущее состояние изучаемой проблемы.

Работа содержит 68 страниц текстового материала, 19 таблиц, 6 иллюстраций, 50 использованных источников.

Keywords: COMPETITION, COMPETITIVE POSITIONS, GROSS MARGIN, COST EFFECTIVENESS, PROFIT, COGS, SOCIAL MARKETING, BUSINESS EFFICIENCY

Aim of the graduation theses is to conduct analysis of marketing strategy of the limited liability company “Alyukon” as well as its products and to identify the opportunities for improving it.

Results of the research were compared to the actual data, and were analyzed using graphic and tabular methods. Competition was analyzed using SWOT and PEST analyses. Theoretical basis of company’s marketing activities were researched.

The strategy that was developed as a result of the research is easy to apply and does not require any considerable financial investments. Some results of the research are already being applied in the company, while the remaining ones will be introduced in the nearest future.

 Author of the theses hereby confirms that the numeric material provided therein reflects the actual state of the researched issues correctly and objectively.

The paper contains a 68 page text material, 19 tables, 6 illustrations, 50 bibliography of titles.