**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**(НА ПРИМЕРЕ ЗАСО «БЕЛНЕФТЕСТРАХ»)**

КАЛАШНИКОВА Вера Юрьевна

Руководитель

Смольский Алексей Петрович

кандидат экономических наук, доцент

2014

Ключевые слова: СТРАХОВОЙ МАРКЕТИНГ, СТРАХОВОЙ ВЗНОС, СТРАХОВОЙ АГЕНТ, СТРАХОВОЙ БРОКЕР, СТРАХОВОЙ ПРОДУКТ, КАНАЛ ПРОДАЖ, СТРАХОВОЙ АССИСТАНС.

Цель работы – разработать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности в страховой компании.

Результаты исследования были сопоставлены с фактическими данными, проанализированы графическими и табличными методами. Конкурентная среда проанализирована с помощью индекса Херфиндаля-Хиршмана. Изучены теоретические основы страхового маркетинга и его роль в стабилизации финансовой деятельности страховой организации.

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 71 страницу текстового материала, 3 таблицы, 13 иллюстраций, 50 использованных источников.

Keywords: INSURANCE MARKETING, INSURANCE PAYMENT, INSURANCE AGENT, INSURANCE BROKER, INSURANCE PRODUCT, SALES CHANNEL, INSURANCE ASSISTANCE.

Work objective: to develop suggestions for improvement of marketing activity in insurance company.

Research results were compared with the actual data,   
analyzed graphical and tabular methods. The competitive environment is analyzed using the Herfindahl-Hirschman index. Theoretical bases of insurance marketing and its role in stabilizing of financial activities of insurance company are studied.

Created as a result Research strategy simply to learn and does not require significant financial costs. The results of the studies already partially used in the organization, and the rest will be put into operation in the near future.

The author of work confirms what resulted in it digital material correctly and objectively reflects the current state of the problem being studied.

The paper contains a 71 page text material, 3 tables 13 illustrations, 50 used sources.