

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра менеджмента и организации здравоохранения

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ РУП «ЩЕМЫСЛИЦА» БГУ)**

БАНЬКОВСКАЯ
Екатерина Валерьевна

Научный руководитель:
кандидат педагогических наук,
доцент С.А. Чайкун

Минск, 2014

АННОТАЦИЯ

Тема дипломной работы: «Маркетинговая деятельность предприятия и пути ее совершенствования (на примере РУП «Щемяслица БГУ»)»

Объем дипломной работы: 72 страницы, она содержит 8 рисунков, 32 таблицы, 40 источников, 8 приложений.

Ключевые слова: рынок, ассортимент, маркетинг, анализ, ценовая политика.

В условиях рыночной экономики использование маркетинга является объективной необходимостью, он является основой любой предпринимательской деятельности.

Маркетинг пронизывает все сферы деятельности предприятия. Так, товарная политика маркетинга позволяет принимать решения в области товарного ассортимента, поддерживать определенный ассортимент с точки зрения сегодняшних и долгосрочных целей предприятия.

Дипломная работа имеет логически правильную структуру. Она состоит из введения, трех глав, заключения, а также списка использованной при написании дипломной работы литературы и приложений.

Объект исследования – республиканское унитарное предприятие «Щемяслица БГУ».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность.

Цель работы: совершенствование маркетинговой деятельности предприятия.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цель и задачи исследования, указывается объект и предмет исследования.

В главе 1 рассмотрены теоретические аспекты маркетинговой деятельности предприятия, определено понятие, роль и методы маркетинговой деятельности субъекта хозяйствования, описаны правовые аспекты маркетинговой деятельности. Отмечено, в процессе разработки маркетинговой стратегии или анализа маркетинговой информации может возникнуть необходимость в проведении дополнительных исследований, использовании различных методов анализа. ABC-анализ – метод, позволяющий классифицировать ресурсы фирмы по степени их важности. Этот анализ является одним из методов рационализации и может применяться в сфере деятельности любого предприятия.

В главе 2 рассмотрена организационно-экономическая характеристика УП «Щеmysлица», проведен анализ маркетинговой деятельности на данном предприятии

В третьей главе рассматриваются направления маркетинговой деятельности предприятия:

- Совершенствования коммуникационной деятельности за счет выставочной деятельности предприятия.
- Совершенствование сайта предприятия с целью повышения уровня коммуникативности.
- Анализ эффективного канала рекламы для предприятия.
- Оптимизация ассортимента.
- Развитие фирменной торговли.

Заключение содержит основные выводы и предложения, направленные на улучшение маркетинговой деятельности организации.

Результатами выполнения дипломной работы явились мероприятия по оптимизации товарного ассортимента продукции, предложения по выходу на рынок с новым видом продукции, стимулирование работников отдела сбыта.

ABSTRACT

Thesis subject: "Marketing activity of the enterprise and a way of its improvement (on the example of RUP "Shchemyslitsa BGU")"

Thesis volume: 72 pages, it contains 8 drawings, 32 tables, 40 sources, 8 appendices.

Keywords: market, range, marketing, analysis, price policy.

In the conditions of market economy use of marketing is objective need, it is a basis of any business activity.

Marketing penetrates all fields of activity of the enterprise. So, the commodity policy of marketing allows to make decisions in the field of the commodity range, to support a certain range from the point of view of today's and long-term goals of the enterprise.

The thesis has logically correct structure. It consists of the introduction, three heads, the conclusion, and also the list of the thesis of literature used at writing and appendices.

Object of research – the republican unitary enterprise "Shchemyslitsa BGU".

Object of research – marketing activity.

Work purpose: improvement of marketing activity of the enterprise.

Relevance of the chosen subject locates in introduction, the purpose and research problems are formulated, the object and an object of research is specified.

In chapter 1 theoretical aspects of marketing activity of the enterprise are considered, the concept, a role and methods of marketing activity of the subject of managing is defined, legal aspects of marketing activity are described. It is noted, in the course of development of marketing strategy or the analysis of marketing information there can be a need for carrying out additional researches, use of various methods of the analysis. ABC analysis – the method, allowing to classify firm resources by degree of their importance. This analysis is one of methods of rationalization and can be applied in a field of activity of any enterprise.

In chapter 2 the organizational and economic characteristic Shchemyslitsa Unitary Enterprise is considered, the analysis of marketing activity at this enterprise is carried out

In a chapter 3 the directions of marketing activity of the enterprise are considered:

- Improvement of communication activity due to exhibition activity of the enterprise.
- improvement of a site of the enterprise for the purpose of increase of level of communicativeness.
- the Analysis of the effective channel of advertizing for the enterprise.
- range optimization.
- Development of firm trade.

The conclusion contains the main conclusions and the offers directed on improvement of marketing activity of the organization.

Results of implementation of the thesis were actions for optimization of the commodity product range, the offer on entry into the market with a new type of production, stimulation of employees of sales department.