

РЕФЕРАТ

Дипломная работа Лобанова Г.И. тему: Политика продвижения как инструмент повышения эффективности маркетинговой деятельности промышленного предприятия (на примере ОАО «Гомельский химический завод»)

Дипломная работа: 115 с., 11 рис., 19 табл., 40 источник, 2 прил.

SWOT–АНАЛИЗ, PEST–АНАЛИЗ, АССОРТИМЕНТ, ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, АВС-АНАЛИЗ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА, ПОЛИТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ, ПОЛИТИКА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Объект исследования – технологии продвижения продуктов на рынок.

Предмет исследования – маркетинговые технологии продвижения продуктов на рынок в ОАО «ГХЗ».

Цель работы – разработка предложений по совершенствованию маркетинговых технологий продвижения продуктов на рынок ОАО «ГХЗ».

При выполнении работы использованы методы сравнения, АВС-XYZ анализ, факторный анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ, корреляционно - регрессионный анализ.

В процессе работы проведены исследования по определению маркетинговых технологий продвижения продуктов, проанализированы маркетинговые технологии продвижения продуктов, дана оценка проводимой предприятием маркетинговой технологии продвижения продуктов.

В ходе выполнения дипломной работы выявлены недостатки в организации маркетинговой технологии продвижения продуктов на предприятии: недостаточно широкий охват внешних рынков сбыта, слабая рекламная политика.

Результатами выполнения дипломной работы явились мероприятия по открытию интернет–магазина, развитию выставочной деятельности, совершенствованию работы с организованным покупателем путем поощрения дилеров.

Внедрение предложенных мероприятий позволит предприятию получить дополнительную прибыль в размере 972,97 тыс.руб.

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.