



**Московский государственный
университет инженерной экологии**

Кафедра маркетинга и рекламы

**Дипломный проект
на тему:**

**«Организация отдела маркетинга
и рекламы в структуре
полиграфического предприятия»**

Автор дипломного проекта:
Колесникова Анастасия Александровна

Миссия типографии «Принт»



Предоставление
высококачественных решений в
сфере полиграфии, создающих
эффективную среду для
профессиональной и творческой
деятельности заказчика.

Продукция и услуги типографии «Принт»



Продукция и услуги

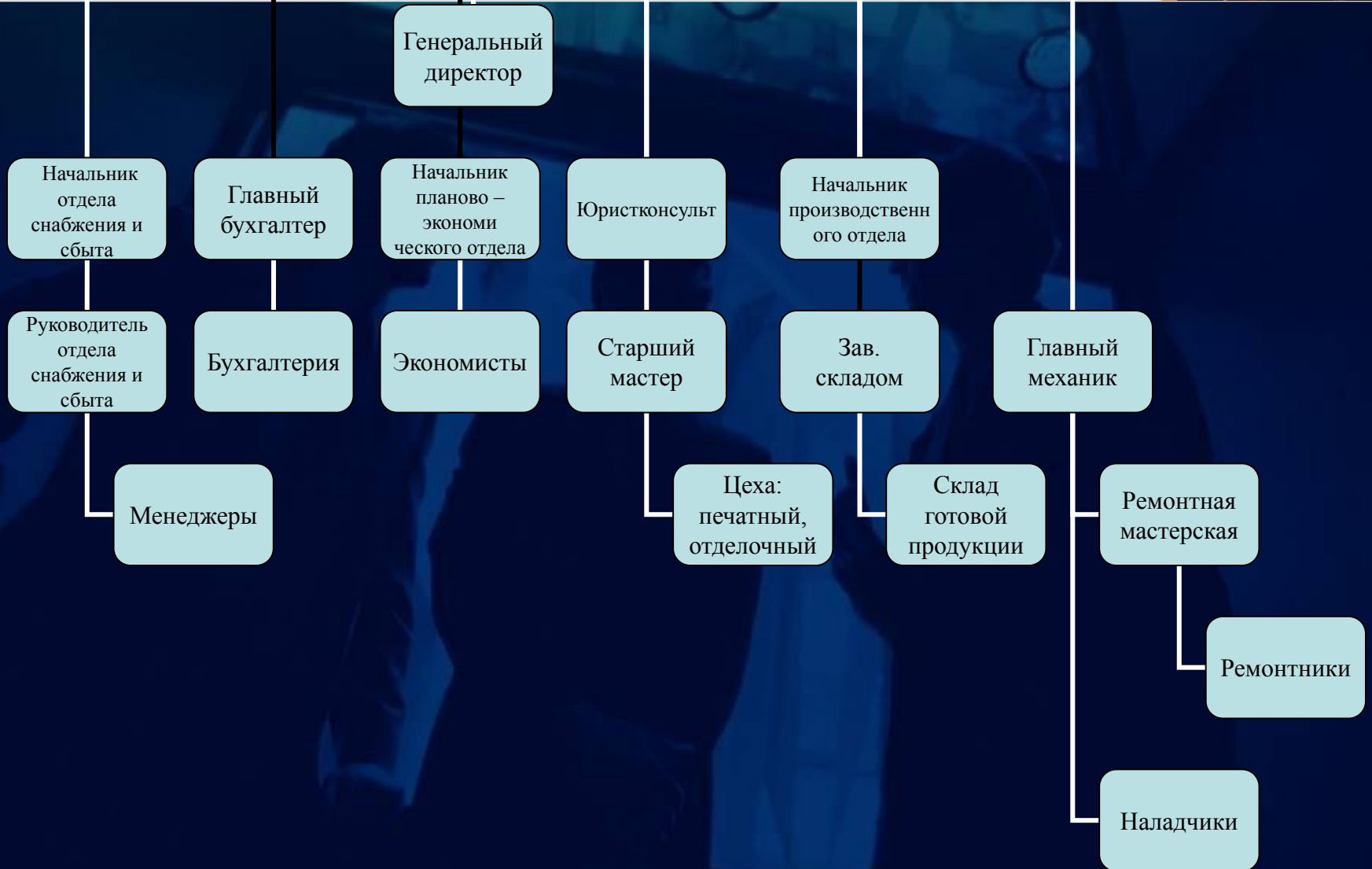
Типография
«Принт»
изготавливает:

- Брошюры
- Календари
- Буклеты
- Плакаты
- Журналы
- Каталоги

Типография
«Принт»
предоставляет
такие услуги,
как :

- Ламинирование
- Биговка
- Вырубка
- Перфорация
- Фальцовка

Организационная структура типографии «Принт»



Структурная схема отдела снабжения и сбыта в типографии «Принт»



Начальник отдела снабжения и
сбыта (1 чел.)

Руководитель отдела снабжения и
сбыта (1 чел.)

Менеджеры (2 чел.)

Задачи функционирования отдела снабжения и сбыта в типографии «Принт»



Задачи отдела снабжения и сбыта



Организация маркетинга и рекламы в типографии «Принт»



Руководство типографии «Принт» не уделяет должного внимания организации маркетинга и рекламы на предприятии. Функции маркетинга и рекламы выполняет отдел снабжения и сбыта, что, в свою очередь, приводит к:

- перегрузке сотрудников отдела снабжения и сбыта

- неопределенности места маркетинговых функций

Необходимо совершенствовать организацию маркетинга и рекламы на предприятии с целью повышения эффективности его деятельности.

Недостатки в организации маркетинговой и рекламной деятельности типографии «Принт»



- недостаточная деятельность предприятия в области рекламы и стимулирования сбыта;
- отсутствие единой политики в области развития и совершенствования продукции и услуг типографии;
- отсутствие целенаправленной деятельности в области управления маркетингом и рекламой.

Рекомендаций по совершенствованию организации маркетинга и рекламы в типографии «Принт»



Недостатки	Обоснование	Рекомендуемые действия
<p>Отсутствие целенаправленной деятельности в области управления маркетингом и рекламой</p>	<p>Совмещение функций маркетинга и рекламы и функций снабжения и сбыта в одном отделе</p>	<p>Создать отдел маркетинга и рекламы в структуре предприятия</p>
<p>Недостаточная деятельность предприятия в области рекламы и стимулирования сбыта</p>	<p>Низкий уровень осведомленности заказчиков о продукции и услугах предприятия</p>	<p>Реклама работ и услуг фирмы</p>
<p>Недостаток обмена информацией между отделами типографии</p>	<p>Отделы типографии имеют цели, часто отличные от целей маркетинга</p>	<p>Начальник отдела маркетинга и рекламы должен направлять деятельность всех отделов с учетом активного приспособления к изменяющимся условиям требований рынка</p>

Цель совершенствования организации маркетинга и рекламы типографии «Принт»



**Цель совершенствования
организации маркетинга и рекламы
типографии «Принт» в том,
чтобы:**

**создать такую организационную систему
взаимоотношений типографии «Принт»
и потенциальных заказчиков
работ и услуг, которая могла бы гибко,
оперативно реагировать на все
тенденции в развитии потребительского
спроса, предлагая конкретные
виды работ и услуг конкретным клиентам.**

Основные функции проектируемого отдела



- обеспечение руководства типографии необходимой маркетинговой информацией;
- проведение всего комплекса рыночных исследований;
- организация рекламной деятельности;
- оказание помощи и обеспечение консультаций по маркетингу всем отделам типографии;
- разработка стратегии и тактики рыночного поведения типографии;
- разработка новой продукции на основе получаемой маркетинговой информации.

Место начальника отдела маркетинга и рекламы в общей иерархии типографии «Принт»



Генеральный директор

Начальник
отдела
снабжения и
сбыта

Главный
бухгалтер

Начальник
планово-
экономическ
ого отдела

Юрис-
консульт

Начальник
производстве
нного отдела

Начальник
отдела
маркетинга и
рекламы

Состав предлагаемого отдела маркетинга и рекламы типографии «Принт»



Начальник отдела
маркетинга и рекламы

Специалист по рекламе

Задачи начальника отдела маркетинга и рекламы



Руководит разработкой стратегии и тактики маркетинга

Координирует отделы предприятия по выполнению требований потребителей к выпускаемой продукции

Обеспечивает рекламу и стимулирование сбыта продукции

Обеспечивает проведение маркетинговых исследований

Задачи специалиста по рекламе



Определение
наиболее
эффективных
направлений
организации
рекламы

Разработка плана
проведения
рекламных
мероприятий

Организация
рекламы
выпускаемой
продукции





Расчет бюджета затрат на создание и поддержание отдела маркетинга и рекламы на предприятии

Статьи затрат	Сумма, руб
Разовые затраты при формировании отдела	
Ремонт помещения	79800
Мебель	84300
Вычислительная и офисная техника	95120
Средства связи	25023
Всего	284243
Годовые затраты	
Плата за аренду помещений	324000
Запчасти и ремонт оргтехники	7820
Затраты на персонал	1020000
Канцтовары и офисная бумага	7600
Хозтовары	3600
Услуги связи	69204
Интернет	11200
Обслуживание и ремонт основных средств	8430
Эксплуатационные и коммунальные услуги	10560
Представительские расходы	10200
Всего	1472614
Итого	1756857



Предполагаемая годовая чистая прибыль предприятия после создания отдела маркетинга и рекламы составит 41997000 руб.

Результат от создания отдела маркетинга и рекламы:

$41997000 - 38595000 - 1756857 = 1645143$ руб

Реализация указанных мероприятий позволит компании получить экономический эффект – рост чистой прибыли на 4,3%, что составляет 1645143 руб.



Спасибо за внимание!!!