



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное
Учреждение высшего образования «Нижегородский
государственный
университет им. Н. И. Лобачевского»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Кафедра «Экономика фирмы»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

студентки

руководитель:

на тему: «Маркетинговая деятельность предприятия (организации,
фирмы) и пути ее совершенствования»

Нижний Новгород
2014 г.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

теоретическое и практическое изучение методологии осуществления маркетинговой деятельности предприятия и разработка направлений ее совершенствования

ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- изучить теоретическую сущность маркетинга и маркетинговой деятельности;**
- исследовать действующую систему маркетинговой деятельности на конкретном предприятии;**
- разработать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности исследуемого предприятия и оценить их эффективность.**

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

производственно-торговое предприятие ООО «МИР НН»

ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

подходы и методы осуществления маркетинговой деятельности в ООО «МИР НН»

ПОНЯТИЕ МАРКЕТИНГА

Маркетинг — управленческий процесс всеми сторонами деловой активности фирмы. Он означает не что иное, как приведение всех ресурсов компании в соответствие с требованиями и возможностями рынка для получения прибыли (П. Дракер)

Маркетинг – вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена (Ф. Котлер)

Маркетинг представляет работу с рынком ради осуществления обменов, цель которых – удовлетворение человеческих нужд и потребностей (Л.Е. Басовский)

СТРУКТУРА СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА



ЦЕЛИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

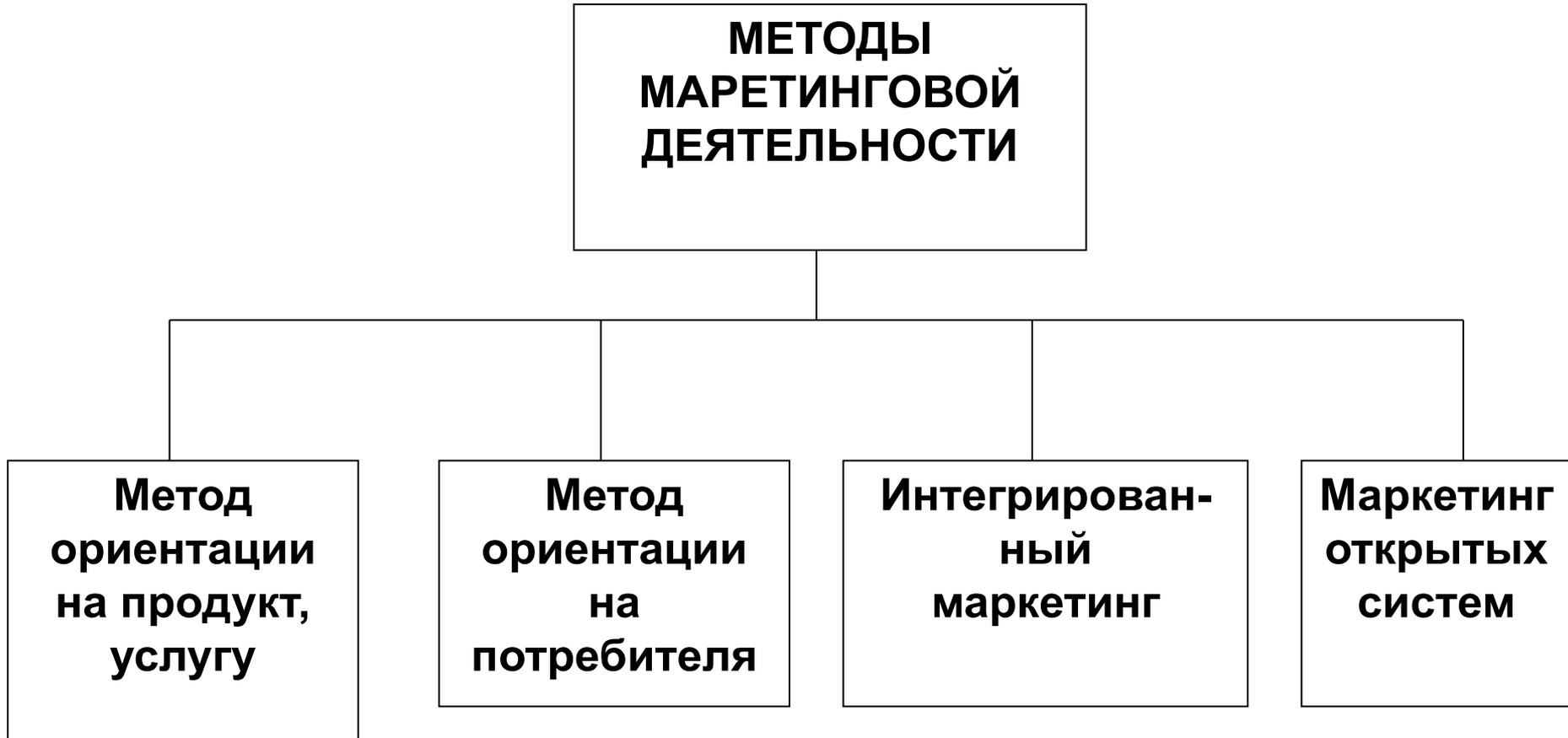


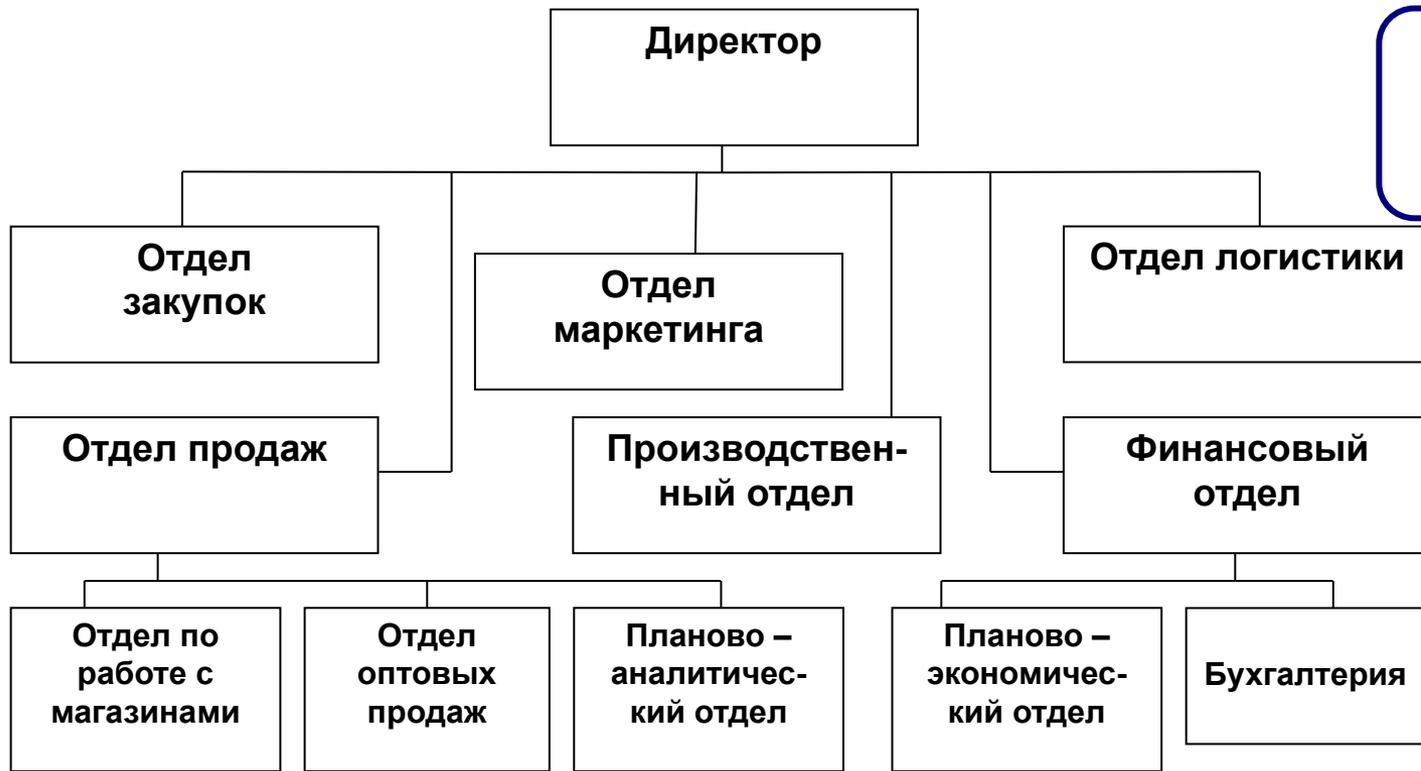
Функции маркетинга



ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ





Организационная структура управления ООО «МИР НН»



Организационная структура отдела маркетинга ООО «МИР НН»

Матрица SWOT-анализа предприятия ООО «МИР НН»

| | | |
|---|--|--|
| | <p>Возможности: охват рынков региона; участие в выставках-ярмарках.</p> | <p>Угрозы: перенасыщение рынка; рост инфляции; экономический кризис; усиление конкуренции.</p> |
| <p>Сильные стороны: высокое качество продукции; современное торговое оборудование; гибкие цены на продукцию.</p> | <p>Сила и возможности: расширение ассортимента товара; выход на новые рынки; увеличение объемов продаж; новая доля рынка.</p> | <p>Сила и угрозы: рост числа клиентов в прежнем сегменте рынка; внедрение новых технологий в сбыте и продвижении продукции; инновационная деятельность.</p> |
| <p>Слабые стороны: слабая система управления качеством торгово-производственного предприятия</p> | <p>Слабость и возможности: исследование системы управления; разработка эффективной системы управления качеством; перераспределение функций.</p> | <p>Слабость и угрозы: техническая модернизация оборудования; применение энергосберегающих ресурсов на складе и в производстве; изменения в ценовой политике</p> |

Маркетинговая деятельность ООО «МИР НН»

Основные направления маркетинговой деятельности ООО «МИР НН»

Ассортиментная политика

Направлена на получение результата от целенаправленной деятельности в области товарного обеспечения рынка.

Ассортиментный портфель:

POS материалы, наружная реклама, оперативная полиграфия, сувенирная продукция, товары для бани, дома, росписи и декупажа, творчества, торговое оборудование, фотопечать.

Ценовая политика

Заключена в предоставлении скидок рекламным агентствам и постоянным заказчикам, а также в действии спецпредложений и акций.

Стратегия ценообразования -

«стратегия дифференциации цен на взаимосвязанные товары».

Метод ценообразования - метод полных издержек, или методом «издержки плюс».

Сбытовая политика

Использует многоканальные системы сбыта, при которых торговля ведется и через собственную сбытовую сеть и через независимых посредников, то есть, допускается применение прямых и косвенных систем сбыта.

Стимулирование сбыта – скидки, рекламная политика, акции, дисконтная система, выставки и ярмарки, сайт в Интернете

Рекламная деятельность

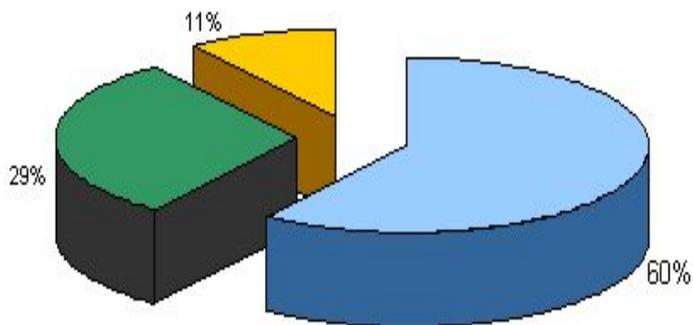
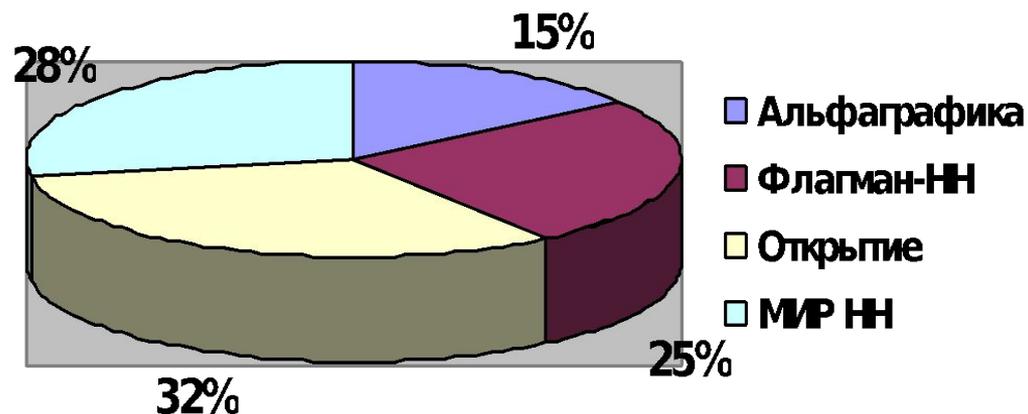
Представляет собой деятельность по созданию и распространению сведений о своих товарах. Разработка рекламы осуществляется на основе использования новых технологий, что позволяет достигать наиболее высоких результатов. Использует печатную **рекламу** (каталоги, буклеты, газета) и рекламу в Интернете (баннеры, контекстная реклама).

**Структура сувенирного рынка
по соотношению
отечественной и импортной
продукции**



**Структура сувенирного
рынка по соотношению
столичных и региональных
сегментов**

Структура сувенирного рынка Нижнего Новгорода: соотношение лидирующих игроков рынка



- Промо-сувениры
- Бизнес-сувениры
- VIP-подарки

Виды сувенирной продукции на рынке Нижнего Новгорода

Разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности ООО «МИР НН»

- 1. Взять в штат предприятия (маркетинговый отдел) специалиста по маркетинговым исследованиям.**
- 2. Приобрести собственный транспорт для доставки товара к потребителю.**
- 3. Внедрить гибкую систему скидок на предприятии.**
- 4. Усовершенствовать работу сайта созданием Интернет-магазина.**

Оценка эффективности предложенных мероприятий

Затраты на реализацию мероприятий

| Наименование мероприятия | Статьи затрат | Бюджет, руб. |
|---|---|--------------|
| 1. Продажа товаров VIP-класса | Затраты на приобретение товаров | 35000 |
| 2. Внедрение гибкой системы скидок на предприятии | Документальная разработка Положения о скидках | 500 |
| 3. Доработка сайта предприятия, создание Интернет-магазина | Расходы на услуги специалиста | 3000 |
| 4. Реализация товаров на региональных рынках РФ | Оплата труда нового сотрудника отдела маркетинга с отчислениями | 25500 |
| 5. Приобретение собственного транспорта для доставки товара к потребителю | Приобретение коммерческого автомобиля ГАЗ Газель | 200000 |
| Итого | - | 264000 |

Доход предприятия - 2664000 руб.

Расходы - 1700000 руб. в год.

Прибыль от продаж - 964000 руб.

На запланированные мероприятия по продвижению бюджет - 264000 руб.

Планируемое увеличение дохода (выручки от продаж) - 40%.

$2664000 * 1,4 = 3729600$

Затраты:

$1700000 * 1,4 + 264000 = 2644000$

Прибыль: $3729600 - 2644000 = 1085600$ руб.

Прибыль предприятия увеличится: $1085600 - 964000 = 121600$ руб.

Рентабельность затрат:

$121600 / 2644000 = 0,05$ (5%).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В целом маркетинговая деятельность ООО «МИР НН» построена на полном комплексе мероприятий в области исследований торгово-сбытовой деятельности по изучению всех факторов, оказывающих влияние на процесс продвижения торговых и производственных услуг от производителя к потребителю.

Предложенные мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности ООО «МИР НН» будут благоприятно влиять на: формирование положительного имиджа предприятия среди целевой аудитории потребителей товаров; повышение информированности потенциальных потребителей; создание внешней и внутренней социально-психологической среды; успешность деятельности предприятия; увеличение потребителей и как следствие увеличение прибыли предприятия.