Выпускная квалификационная работа на тему “Маркетинговые исследования в рекламе”

Выполнил:
студент группы К-31
специальности “Коммерция”
Малышев Ярослав Сергевич

Руководитель ВКР: Каштанов Николай Николаевич

Омск 2016

АКТУАЛЬНОСТЬ

Актуальность темы данной выпускной работы заключается в том, что предприятие в современном мире может добиться успеха лишь в том случае, когда оно не игнорирует запросы потребителей. Для повышения эффективности требуется исследование и удовлетворения максимального количества требований покупателя. Решению таких проблем способствует маркетинговые исследования.

Цель: Развитие предприятия на базе обеспечения его стабильного финансового положения путем осуществления эффективной производственно-сбытовой деятельности, приводящей к получению предприятием высокой прибыли. Цели и задачи отдела маркетинга направлены на достижения общих целей предприятия.

Объект: Рекламная деятельность компании ОАО "Инмарко"

Предмет: Маркетинговое исследование на примере ОАО "Инмарко"

Задачи

1. Изучить теоретические аспекты маркетинговых исследований. Повышения эффективности исследования и удовлетворения максимального количества требований покупателя.

1. Проанализировать деятельность ОАО «Инмарко». Определить емкости рынка, состояния и структуры рынка, тенденций развития, основных покупателей товаров предприятия;

1. Провести маркетинговое исследование деятельности на примере ОАО «Инмарко».

1. Выявить проблему и получить более точную информацию для ее решения.

1. Разработать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности ОАО «Инмарко». Определить уровень спроса и предложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В РЕКЛАМЕ

Маркетинговые исследования — это систематический сбор, документирование и анализ данных по разным аспектам маркетинговой деятельности.

Цель **маркетингового исследования** — создать информационно-аналитическую базу для принятия управленческих решений.

Реклама – распространяемая в любой форме информация о лице, товарах, услугах или общественном движении, оплаченная рекламодателем с целью привлечения внимания к объекту рекламирования и увеличения сбыта.

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В РЕКЛАМЕ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ИНМАРКО»

ОАО «Инмарко» - компания №1 на рынке мороженого в России по объемам производства и продаж. Доля компании на российском рынке мороженого - свыше 16%. Компания занимает лидирующее место по внедрению инновационных технологий в производство в России. Высокое качество продукции – ключ успеха «Инмарко» в борьбе с конкурентами за потребителя.

Объем производства мороженного компании ОАО “Инмарко” за последний год:

Компания	Объем производства (тыс. тонн)	Доля рынка %
ОАО «Инмарко»	44,6	10,8
ЗАО «Талосто»	32	7,7
Русский холод	26	6,3
ООО «Нестле»	19,8	4,8
Айсберри	19	4,6

Сравнение с равным конкурентом по Омску и Омской области:

Показатель	«Инмарко»	«Сибхолод»
Доля Российского рынка	23%	18%
Доля рынка Омска и Омской области	16%	12%
Охват территории	9%	6%
Направленность	Все слои населения	Все слои населения

Маркетинговая политика ОАО “Инмарко”:

1. Регулярный мониторинг спроса и предложения на рынка товаров и услуг.
2. Система скидок.
3. Составление фирменного стиля для устойчивой позиции на рынке и в сознании потребителя.
4. Формирование пакета печатной продукции рекламного характера на базе разработа стиля, с последующим распространением между клиентами.
5. Реклама продукции на ТВ, создание сувенирной продукции с символикой фирмы.
6. Улучшение логистики.
7. Постоянное обновление и совершенствование ассортимента.

Исследование товара - одновременно и изучение потребителей, их желаний, предпочтений, степени их удовлетворенности качествами товара.

Рекомендации по совершенствованию рекламной и маркетинговой деятельности ОАО “Инмарко”

1. **Создание отдела маркетинга и рекламы.**

Целью отдела будет создание предпосылок для увеличения продаж и повышение прибыльности от продаж.

1. **Формирование медиаплана маркетинга и рекламы с целью стимулирования сбыта.**

Целью разработки медиаплана является стимулирование сбыта, увеличение объемов продаж и привлечение потенциальных клиентов.

Спасибо за внимание!