



Негосударственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский институт гостеприимства»

Кафедра менеджмента и маркетинга

Совершенствование маркетинговой деятельности компании (на примере ООО «БТГ»)

Подготовил:
студент гр. 516
Степанов А.А.
Научный руководитель:
Никитина С.П.

Санкт-Петербург
2017г

Цель и задачи работы

Целью данной работы является анализ маркетинговой деятельности предприятия и ее совершенствования.

Для выполнения поставленной цели решены следующие задачи:

- рассмотреть сущность маркетинговой деятельности;
- изучить концепцию маркетинга организации;
- рассмотреть пути совершенствования маркетинговой деятельности;
- провести оценку эффективности предложенного варианта совершенствования маркетинговой деятельности.

ООО «БТГ»

Основными направлениями деятельности компании можно выделить:

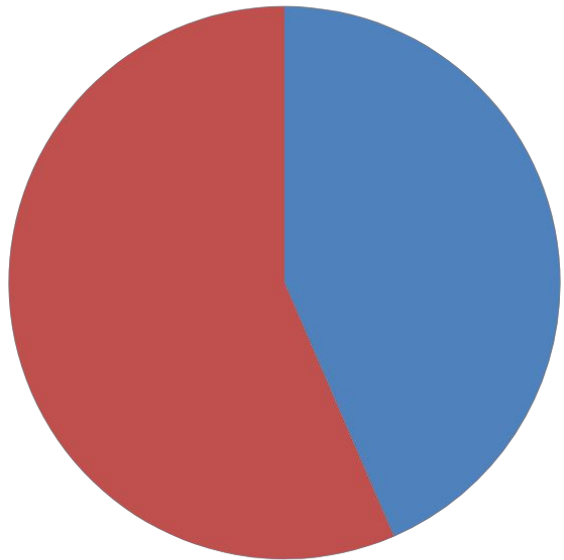
- организация различных по направленности мероприятий в России и за рубежом;
- sport-event management в России (прием футбольных, баскетбольных и других спортивных клубов и команд);
- организация «зеленых» (экологичных) мероприятий;
- организация VIP и протокольных мероприятий;
- Сочи как новое MICE-направление в России.

Организационная структура ООО «БТГ»

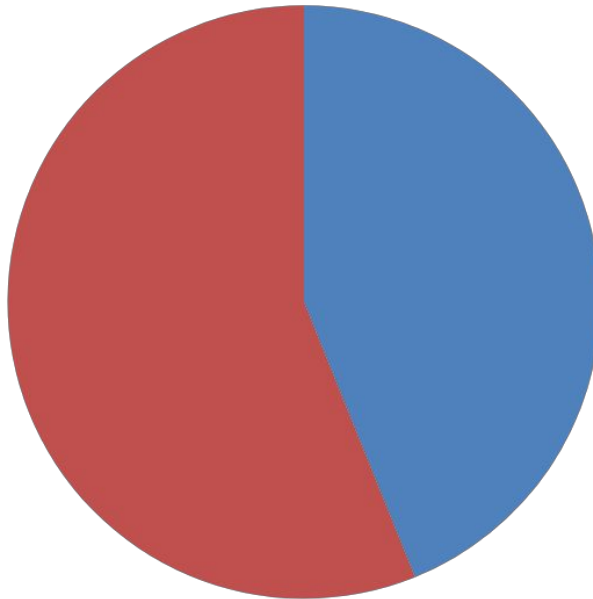


Валовая выручка, себестоимость и прибыль ООО «БТГ» за 2015 и 2016г.

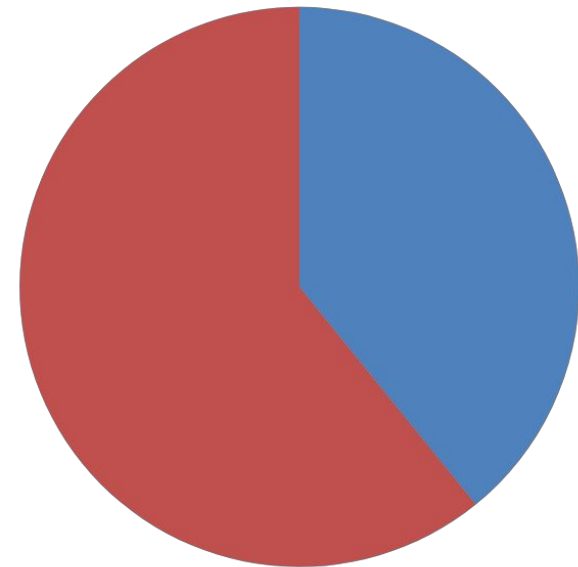
Валовая выручка



Валовая
себестоимость

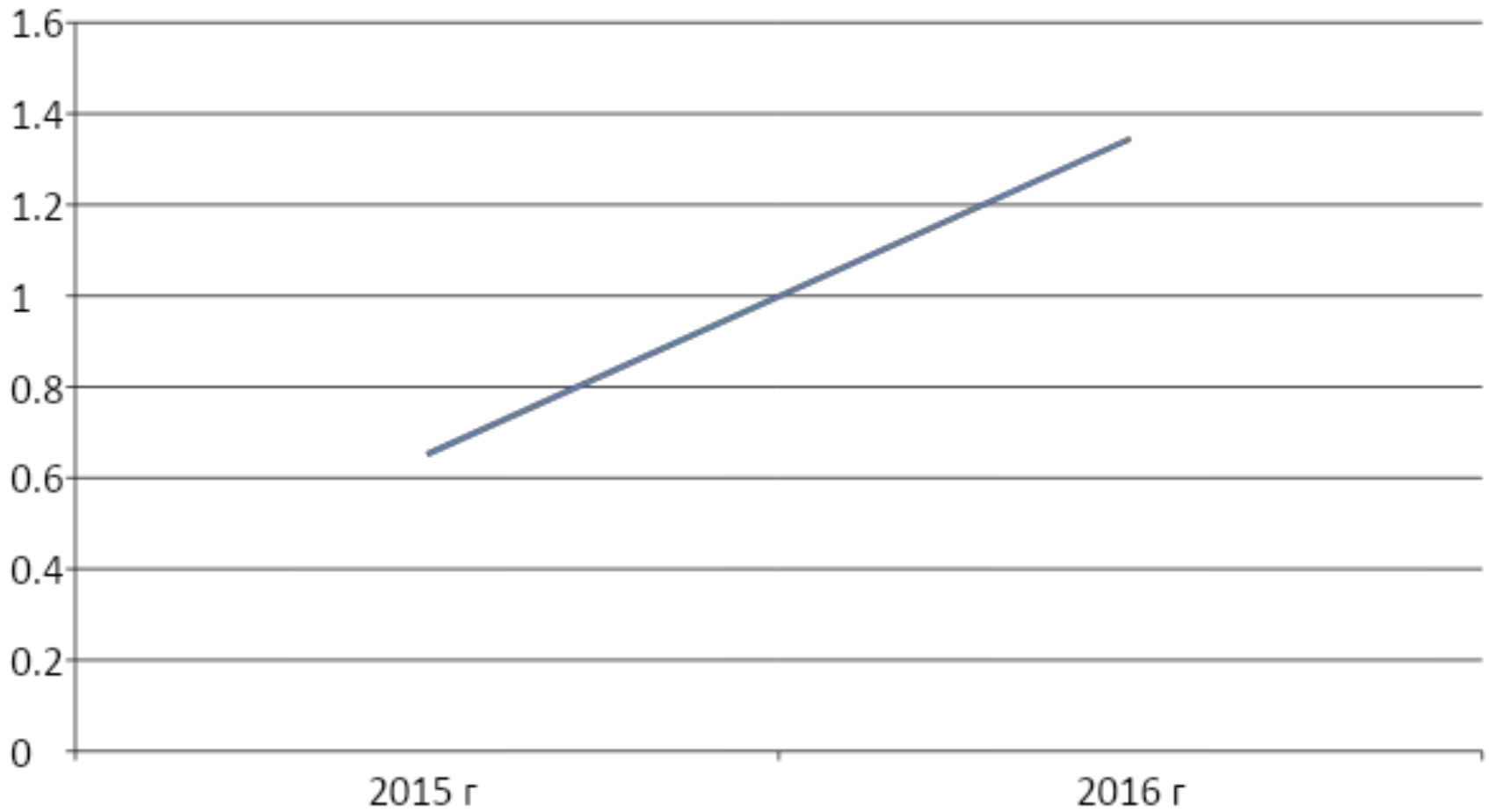


Валовая прибыль



■ 2016 г.
■ 2015 г.

Коэффициент дебиторской активности ООО «БТГ»



Основные методы совершенствования маркетинговой деятельности кампании

- Связь с общественностью (PR-акции);
- Стратегия сбыта
- Рекламная и информационная деятельность в Интернете
- Участие в региональных специализированных выставках
- Сувенирная (подарочная) реклама

Заключение

В данной работе были изучены теоретические аспекты повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

Проведен анализ развития предприятия, показавший, что кампания ООО «БТГ» развивается, однако наблюдается дисбаланс собственных и заемных средств в пользу последних.

Из проведенного анализа маркетинговой деятельности фирмы был сделан вывод, что компания занимает прочные позиции, имеет достаточно большое количество постоянных клиентов

Спасибо за внимание.