



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

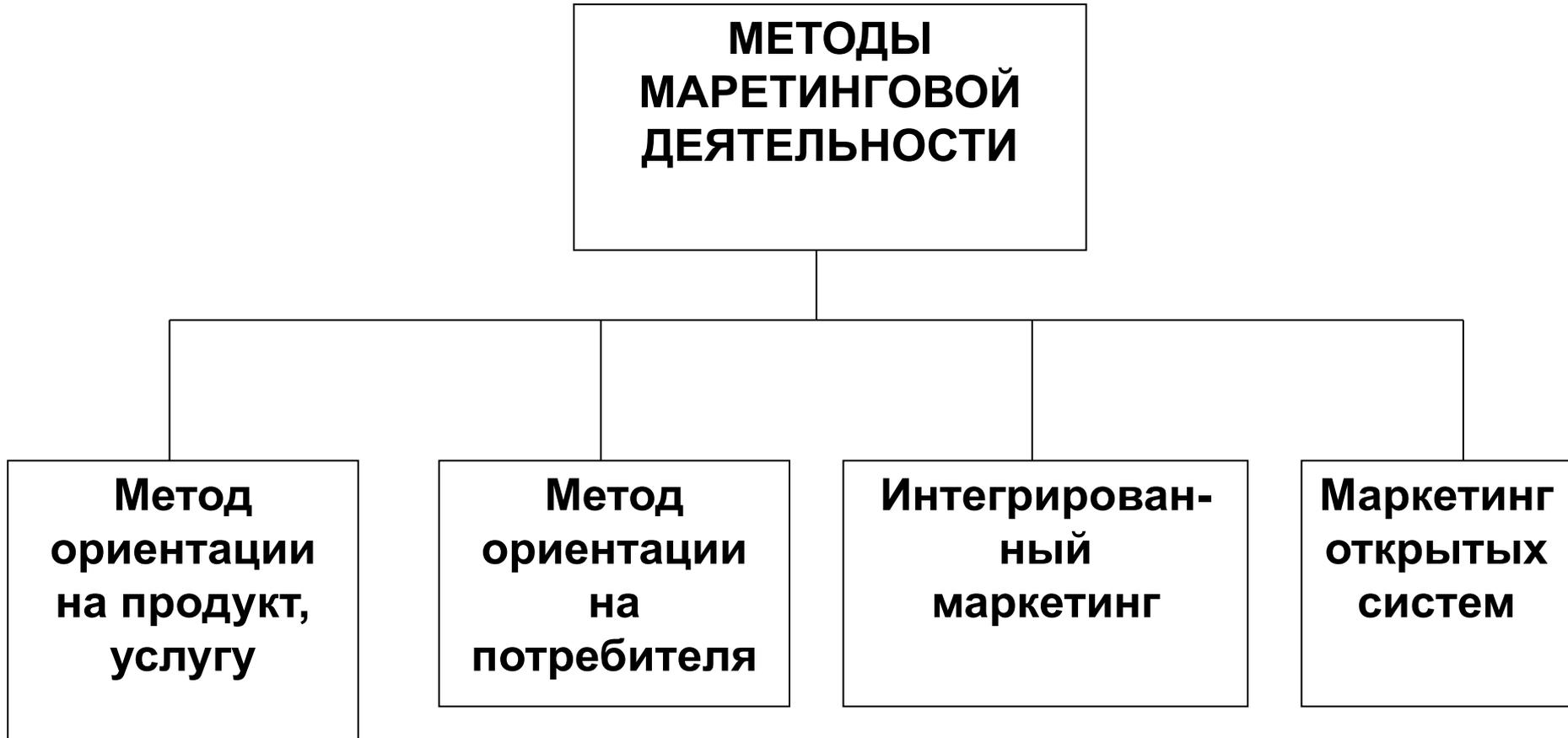


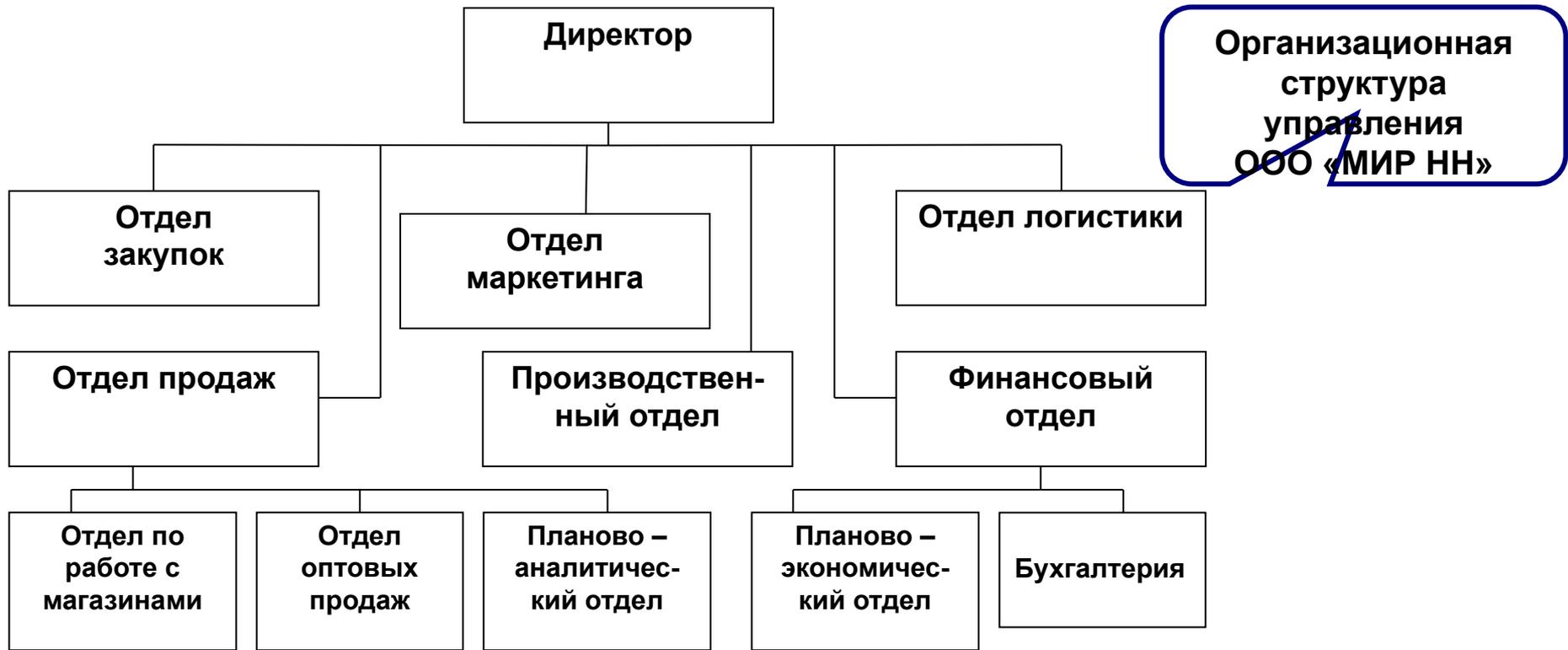
Функции маркетинга



ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ





Организационная структура 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

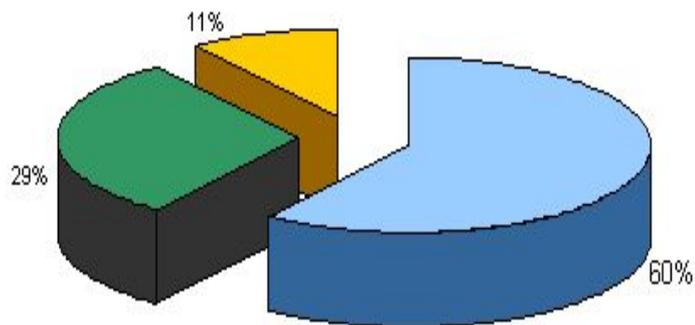
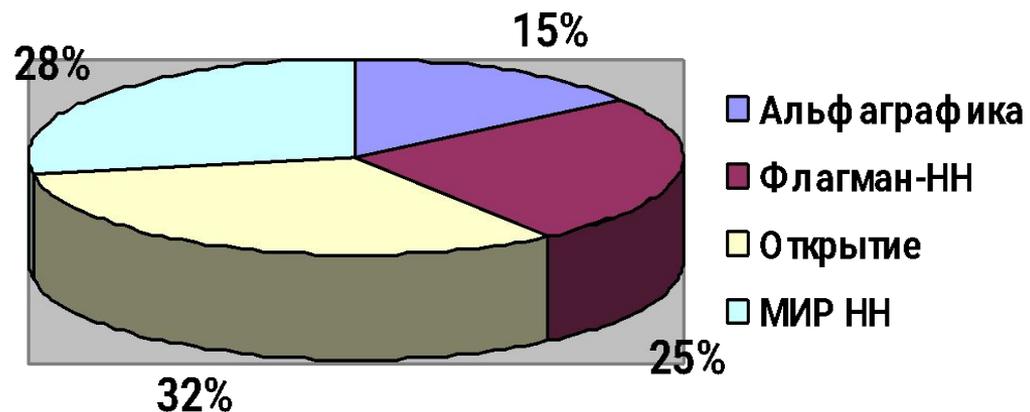
Представляет собой деятельность по созданию и распространению сведений о своих товарах. Разработка рекламы осуществляется на основе использования новых технологий, что позволяет достигать наиболее высоких результатов. Использует печатную **рекламу** (каталоги, буклеты, газета) и рекламу в Интернете (баннеры,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