

Кафедра Управления человеческими ресурсами

# Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

Программа: Бакалавриат

Направление: 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль : УЧР

*Ф.И.О. автора*

*№ группы*

*Научный руководитель:*



ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

## АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Актуальность исследования. В условиях развития рыночных отношений и кризисных явлений на рынке, обострения конкуренции субъекты хозяйствования по-новому вынуждены вести организации своей деятельности, развивая маркетинговые исследования, которые ложатся в основу стратегического поведения компаний.

В современных условиях каждый субъект хозяйствования заинтересован в организации эффективного управления своей маркетинговой деятельностью. Для этого необходимо проводить анализ таких факторов, как рыночные возможности, подходящие целевые рынки и разрабатывать эффективный комплекс маркетинга, организуя оптимальное управление претворением в жизнь маркетинговых усилий.



ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

## ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ ВКР

Цель написания выпускной квалификационной работы провести анализ маркетинга проекта на примере ООО «Веста-2000».

Задачи исследования:

- рассмотреть теоретические основы исследования маркетинга проекта;
- провести анализ маркетинговой деятельности ООО «Веста-2000»;
- разработать проект «Продвижение» в ООО «Веста-2000».



ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

## ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объект исследования - ООО «Веста-2000».

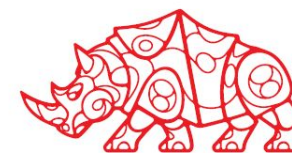
Предмет исследования – маркетинг проекта.



ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

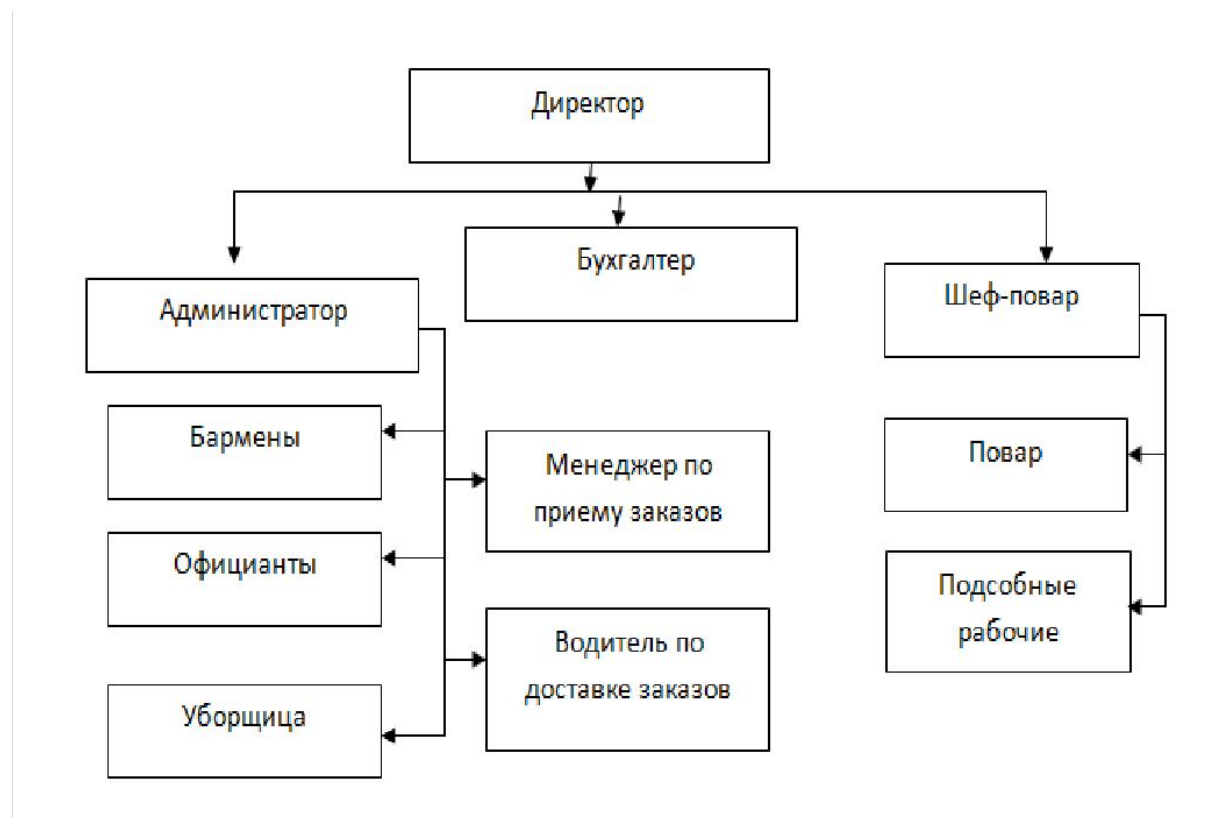
## ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВКР

В первой части дипломной работы автором были исследованы теоретические аспекты маркетинга проекта, по результатам чего сформулированы следующие основные выводы: систематический анализ экономических результатов маркетинговых решений позволяет получать и накапливать данные о намечаемых и фактических значениях затрат и эффектах. Такие данные могут составить хорошую информационную базу, на ее основе возможно рассчитывать определенные нормативные показатели затрат и эффекта, что будет способствовать повышению эффективности маркетинга в компаниях.



ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВКР



**Организационная структура управления кафе «Вилы»**



ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВКР

### PEST-анализ факторов внешней макросреды кафе «Вилы»

Политика (P)	Экономика (E)
<p><b>Законодательство в области регулирования деятельности организаций общественного питания. Государственное регулирование деятельности организаций общественного питания. Поддержка малого бизнеса в г. Екатеринбург</b></p>	<p>Уровень инфляции в стране ( 8%). Появление новых конкурентов, Изменение платежеспособности целевого сегмента.</p>
Социум (S)	Технологии (T)
<p><b>Изменение структуры доходов и расходов населения. Увеличение прироста населения г. Екатеринбург.</b></p>	<p>Развитие технологий при производстве блюд. Внедрение нового программного обеспечения и энергосберегающего оборудования. Информация и коммуникации, влияние Интернета</p>



ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВКР

### SWOT-анализ кафе «Вилы»

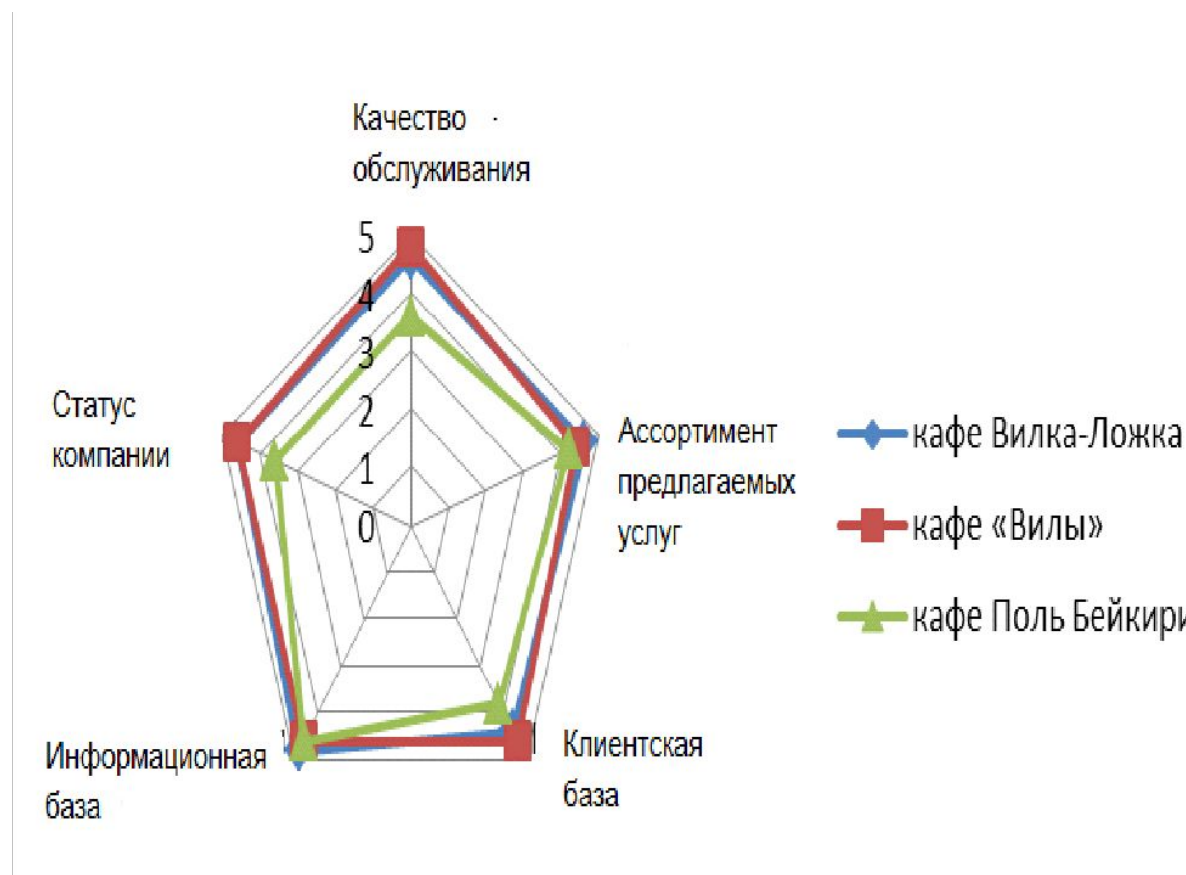
<p><b>Сильные стороны:</b> Широкий ассортимент блюд Наличие небольшой постоянной клиентской базы</p> <p><b>Слабые стороны:</b> Низкий показатель посещаемости кафе Недостаточная рекламная политика Низкая оценка профессионализма сотрудников Текущая текучесть кадров Слабо развита материально-техническая база кафе Недостаточная квалификация персонала</p>	<p><b>Возможности:</b> Улучшение уровня жизни населения Развитие информационной отрасли Неудачное поведение конкурентов</p>	<p><b>Угрозы:</b> Изменение предпочтений Усиление конкуренции Появление новых кафе в городе</p> <p>«Сила и угрозы» Появление конкурентов вызовет дополнительные расходы ресурсов Своевременный мониторинг позволит отслеживать изменения вкусов потребителей</p> <p>«Слабость и угрозы» Появление новых конкурентов, низкий уровень сервиса ухудшает конкурентную позицию - необходимы мероприятия по повышению профессионального уровня персонала</p>
	<p>«Сила и возможность» Увеличение ассортимента блюд Развитие рекламных технологий дадут возможность обойти конкурентов</p>	
	<p>«Слабость и возможность» Необходима замена системы управления для реализации возможностей рынка - расширения ассортимента блюд и появления новых клиентов</p>	





ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВКР



**Многоугольник конкурентоспособности компаний**



ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВКР

### Недостатки кафе «Веста-2000» и рекомендации по их устранению

Проблемы	Мероприятия
<b>Слабо развита материально-техническая база кафе</b>	Совершенствование дизайна зала путем оборудования «виртуального промоутера»;
<b>Низкая оценка профессионализма сотрудников</b>	Обучение персонала кафе для повышения качества обслуживания
<b>Низкая оценка работы Интернета</b>	Замена Интернет-провайдера



ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

## ПРОЕКТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВКР

**Исходные данные для расчета эффективности внедрения мероприятий**

Наименование показателя	Ед. изм.	Величина показателя
<b>1. Среднедневной объем выручки до внедрения мероприятий</b>	Тыс. руб	65,17
<b>2. Относительный прирост среднедневного объема выручки за период в сравнении с периодом до внедрения мероприятий</b>	%	25
<b>3. Количество дней учета объема выручки в период</b>	Дни	365
<b>4. Прибыль на 1 руб. реализации</b>	Руб.	0,25
<b>5. Затраты на формирование мероприятий</b>	Тыс. руб.	391,2



ВКР на тему: Маркетинг проекта на примере ООО «Веста - 2000»

**БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!**

