ŋqdqɏeɎ pɆ dədɆpɎɜə d ɕɔɑpɔɏ Ɉqddɏqɏè

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СМОЛЕНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»

Факультет физической культуры и оздоровительных технологий
Кафедра менеджмента, экономики и права

Заведующий кафедрой
__________ Афанасьев А.А.
«___» ____________2016 г.

ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ - КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА «АВТО БИЗНЕС ГРУП»

Выпускная квалификационная работа
по направлению 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль подготовки: «Менеджмент организации»

Студент–исполнитель _______________ Михалёва Е.С.

Научный руководитель _______________ Становов В.В.
(подпись)
д.п.н., профессор

Оценка за работу _______________
(прописью)

Председатель ГЭК
к.э.н., доцент _______________ Петрова О.П.
(подпись)

Смоленск 2016

ŋqdqɏeɎ pɆ dədɆpɎɜə d ɕɔɑpɔɏ Ɉqddɏqɏè

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqdd'Ɏqɏè

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРГЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 6
1.1 Понятие и сущность маркетинга. Принципы и функции маркетинга 6
1.2 Коммуникации в маркетинге 12
1.3 Организация маркетинговой деятельности 20
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА ООО « АВТО БИЗНЕС ГРУП » 25
2.1 Общая характеристика организации ООО « Авто Бизнес Груп » 25
2.2 Анализ работы отдела маркетинга по обеспечению конкурентоспособности компании ООО « Авто Бизнес Груп » 29
2.3 Маркетинговая политика ООО « Авто Бизнес Груп » 37
ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ООО « АВТО БИЗНЕС ГРУП» 43
3.1 Механизмы совершенствования маркетинга в развитии автосалона 43
3.2 Разработка клуба лояльности « My Renault - доступный автомобиль » 46
3.3 Оценка ожидаемого эффекта реализации клуба лояльности « My Renault - доступный автомобиль » 50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 53
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 56
ПРИЛОЖЕНИЯ 59

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqdd'Ɏqɏè

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎзə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

ВВЕДЕНИЕ

Любая развивающаяся компания стремится увеличить свою прибыль не только за счет количества лояльных клиентов (потребителей), но также через обеспечение устойчивого положения на рынке. Ориентированность на результат, согласно детально продуманному плану действий - залог победы. Эффективный план состоит из последовательных шагов, помогающих на начальном этапе проанализировать текущее положение компании на рынке и далее укрепить его. Совокупность шагов, направленных на выполнение поставленных задач называется эффективным маркетингом или «маркетинговая стратеги». Гибкость стратегии обеспечит вам более оперативное реагирование на изменения в рыночной среде. И тогда ваша компания будет готова к любым переменам. В этом плане бизнес будет наиболее защищен. Заметив неблагоприятную тенденцию, компания быстрее среагирует на перемены и внесет необходимые коррективы в свою деятельность. Это может быть увеличение или уменьшение ассортимента, поиск альтернативных поставщиков (производителей), освоение нового сегмента рынка, смена приоритетов в существующих установках и т.д.

Практически невозможно добиться стремительного развития или реорганизации бизнеса, отказавшись от изучения рынка и анализа потребительского спроса. Эффективный маркетинг должен соответствовать запросам рынка и его текущему состоянию, в этом случае ваш бизнес будет успешен.

В этой связи актуальность темы выпускной квалификационной работы не вызывает сомнения. Современное общество обуславливается стремительным развитием отрасли услуг и увеличение ее доли в структуре экономики. Сфера услуг является одной из самых быстроразвивающихся отраслей в мире и играет существенную роль в экономике большинства стран. Эффективный маркетинг, его состояние на конкретном предприятии является актуальным на сегодняшний день, потому что сам процесс

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎзə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

ŋqdqɏeɎ bɆ dəqɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqdqɏqɏè

маркетинговой деятельности подразумевает систему различных мероприятий, которые после проведения мониторинга и анализа позволяют выбрать оптимальный вариант финансово развития предприятия в целом. Поэтому проведение как теоретико-методологических, так и практических исследований эффективности маркетинга является важным и необходимым.

Объектом исследования проведенного в данной работе выбрана организация ООО «Авто Бизнес Груп» г. Смоленска.

Предметом исследования является эффективность маркетинговой деятельности компании.

Цель написания выпускной квалификационной работы состоит в анализе маркетинговой деятельности предприятия, а так же в разработке совершенствования маркетинговой деятельности ООО «Авто Бизнес Груп».

Исходя из поставленной цели, были определены следующие задачи:

1. Изучить теоретико-методологические основы маркетинга и коммуникации в маркетинге.

2. Выявить эффективность маркетинговой деятельности ООО «Авто Бизнес Груп».

3. Разработать и внедрить рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности в ООО «Авто Бизнес Груп».

Для решения поставленных задач были выбраны следующие методы исследования: анализ и изучение научно-методической литературы; изучение и анализ официальных документов компании ООО «Авто Бизнес Груп»; изучение и анализ документов по продвижению продукта нашей компании; анализ документов планирования и отчёта автосалона; наблюдение; социальные исследования; экспресс опрос; методы математической статистики; теоретический анализ и обобщение специальной научно-методической литературы.

ŋqdqɏeɎ bɆ dəqɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqdqɏqɏè

Работа построена на данных маркетинговых исследований сотрудников и клиентов. Практической основой данной выпускной квалификационной работы стала деятельность ООО «Авто Бизнес Груп».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, 3 глав, заключения, библиографического списка, приложений.