

1. **Год:** 2017 г.

2. **Тема выпускной квалификационной работы:**

Совершенствование управления маркетинговой деятельностью современного предприятия (на примере ООО «Экономка»)

3. **Автор ВКР:** Гриднева Анна Сергеевна

4. **Научный руководитель ВКР:** Демина Нина Владимировна

5. **Направление подготовки:** 38.03.05 «Бизнес-информатика»
профиль (Общий профиль)

6. **Уровень обучения:** бакалавр.

7. Институт лингвистики, коммуникационного менеджмента и информационных технологий

8. Кафедра прикладных решений, интеллектуальных систем и информационно-управленческих технологий

Актуальность темы исследования: Необходимость комплексной маркетинговой деятельности достигла высокой степени осознания на многих российских предприятиях: происходит непрерывный процесс развития маркетинга как образа мышления и образа действия на рынке. Использование маркетингового подхода к управлению производственно-сбытовой деятельностью предопределяет решение многих задач, в частности, тщательное и всестороннее изучение рынков, потребителей, их желаний и запросов; приспособление производства к требованиям рынка, разработка и выпуск товаров, отвечающих этим требованиям; формирование спроса и воздействие на рынок в интересах потребителя и т.д.

Цель: заключается во всестороннем анализе маркетинговой деятельности на современном предприятии и разработке рекомендаций по ее совершенствованию.

Задачи:

- раскрыть понятия и сущность маркетинговой деятельностью на современных предприятиях;

- рассмотреть информационное обеспечение маркетинговой деятельности предприятия;
- раскрыть и проанализировать этапы процесса управления маркетинговой деятельностью;
- дать общую характеристику ООО «Экономка»;
- провести анализ управления маркетинговой деятельностью в ООО «Экономка»;
- разработать рекомендации по совершенствованию управления маркетинговой деятельностью в ООО «Экономка».

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении научных представлений об управлении маркетинговой деятельности, а также в раскрытии сущности, роли и места маркетинговой деятельности в системе управления современными предприятиями.

Практическая значимость заключается в том, что разработанные рекомендации по совершенствованию управления маркетинговой деятельности, могут быть использованы в практической деятельности ООО «Экономка» и на других предприятиях различных форм собственности.

Выводы: С одной стороны, маркетинговая деятельность может быть направлена как на изменение продуктов и бизнес-процессов компании для соответствия существующему спросу (повышение итоговой потребительной ценности), так и на создание, развитие либо изменение рыночного спроса (потребностей потенциальных потребителей). С другой стороны, и маркетинговая деятельность может выступать как самостоятельный вид предпринимательской деятельности и как функция по интеграции усилий и всех звеньев предпринимательской и производственной деятельности в целях достижения поставленных целей (удовлетворения спроса и получения прибыли).

Рекомендации:

- предлагаем начать торговлю в сети Интернет, используя для этого разработанный нами сайт интернет-магазина «Экономка»;

- предлагаем разработать и внедрить комплекс мероприятий, и направленных на поддержание лояльности существующих покупателей и привлечения новых.