

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - **«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ В ООО «НЕФТЕЮГАНСКАЯ ТИПОГРАФИЯ»,
Г. НЕФТЕЮГАНСК».**

Актуальность темы обусловлена (взять из введения).

Слайд 2

Целью работы является разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой политики ООО «Нефтеюганская типография».

Слайд 3

Объектом исследования является система управления маркетингом в ООО «Нефтеюганская Типография»

Предмет исследования - маркетинговая политика ООО «Нефтеюганская Типография»

Слайд 4

В первой главе работы рассматриваются теоретические подходы к организации и осуществлению маркетинговой политики организации.

Под маркетинговой политикой понимается - (взять из первой главы)

Основные элементы маркетинговой политики представлены на слайде.

Слайд 5

Для достижения цели, во второй главе работы производится АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ООО «НЕФТЕЮГАНСКАЯ ТИПОГРАФИЯ».

Общество с ограниченной ответственность «Нефтеюганская Типография» (далее ООО «Нефтеюганская Типография») основано в конце 2011 года.

Основным видом деятельности ООО «Нефтеюганская Типография» является изготовление полиграфической продукции и оказание полиграфических услуг в городе Нефтеюганске и Нефтеюганском районе.

Основные финансовые показатели деятельности ООО «Нефтеюганская Типография» в 2014-2015 представлены на слайде.

Данные приведенной таблицы позволяют отследить динамику результатов хозяйственной деятельности компании в 2014 и 2015 годах.

В общем, наблюдается положительная тенденция роста валового и чистого дохода, а также себестоимости, операционных доходов, а также расходов. Также можно отметить снижение показателей чистой прибыли и финансовых результатов от обычной деятельности, вызванных ростом расходов организации.

Слайд 6

Далее в работе проводился Анализ маркетинговой среды предприятия

В ходе анализа удалось выяснить, что Конкуренция на рынке полиграфических услуг достаточно высокая, но несколько однобокая. Она обусловлена, не большим количеством предложений, а скудностью бюджета клиента. Другими словами, имеет место кризис псевдо перепроизводства в условиях недостатка минимально необходимой покупательной способности клиента.

Анализ влияния социальной среды на деятельность компании показал, что наибольшее положительное влияние на деятельность компании оказывает количество потенциальных потребителей и квалификационные характеристики рабочей силы.

В результате анализа влияние социально-культурной среды на деятельность компании сделан вывод о существенном влиянии традиций, культурного уровня и уровня образования.

Факторы экономической среды оказывают отрицательно и положительное влияние на деятельность компании. При этом наибольшее положительное влияние имеют следующие факторы:

- размеры и темпы изменения размеров рынка;
- размеры и темпы роста сегментов рынка в соответствии с интересами компании;
- инвестиционные процессы.

А наибольшее отрицательное влияние оказывают факторы:

- общий уровень экономического развития;
- система налогообложения и качество экономического законодательства;
- уровень развития конкурентных отношений.

Анализ кокурентного окружения позволил составить рейтинги компаний на рынке полиграфических услуг, он представлен на слайде.

Приведенные результаты анализа, а также расчет доли рынка компании ООО «Нефтеюганская Типография» подтверждает мысль, высказанную Ф. Котлером, что компании - середняки подвергаются наибольшему давлению со стороны конкурентов, как «сверху» так и «снизу».

Слайд 7

Составленная далее матрица SWOT - анализа позволяет сформулировать перечень первоочередных мероприятий, которые должна провести компания для совершенствования маркетинговой политики.

Таким образом, ООО «Нефтеюганская типография» функционирует в условиях сложной внешней среды, на рынке с высоким уровнем конкуренции. При этом типография уступает многим конкурентам по ряду факторов привлекающих покупателей.

Слайд 8

Далее в работе были проанализированы приоритетные направления и механизмы реализации маркетинговой политики ООО «Нефтеюганская Типография»

ООО «Нефтеюганская Типография» использует в своей деятельности следующие виды рекламы:

1. Реклама в прессе.
2. Печатная рекламная продукция.
3. Наружная реклама.
4. Интернет - реклама.

Структура расходов на все виды рекламы, используемые ООО «Нефтеюганская Типография» за 2013-2015 годы представлено на рис. (добавить на слайды рисунок 16)

Слайд 9

Проведенный анализ внешней и внутренней среды позволил определить основные направления совершенствования маркетинговой политики ООО «Нефтеюганская Типография»

Результаты анализа свидетельствуют о том, что, среди общих недостатков в организации маркетинговой деятельности можно назвать следующие:

- отсутствие единого методологического подхода к маркетинговой концепции компании;
- отсутствие единой службы маркетинга на предприятии и целенаправленной деятельности в области управления маркетинговой деятельностью;
- отсутствие ясных стратегических целей и планов компании;

- недостаточная деятельность компании в области рекламы и стимулирования сбыта;
- отсутствие единой политики в области развития и совершенствования товаров и услуг компании.

Главным и решающим мероприятием по преодолению сложившейся ситуации должно быть формирование единой службы маркетинга, состоящей из специалистов - маркетологов достаточно высокой квалификации.

Слайд 10

Наиболее полно приведенным требованиям, стоящим перед организацией, отвечает организация службы маркетинга по товарному производству, представленная на рисунке (добавить на слайды рисунок 18).

Предложенная структура департамента маркетинга и уровень полномочий его сотрудников максимально адаптированы к особенностям и потребностям компании ООО «Нефтеюганская Типография» на данном этапе деятельности. Не исключено, что в процессе внедрения данного предложения, понадобится пересматривать функции отдельных подразделений или вводить дополнительные группы в сам департамент.

Слайд 11

Кроме того, для продвижения услуг организации на рынке, считаю целесообразным разработать и изготовить «портфель продавца», который должен содержать следующие документы рекламно - информационного характера:

- каталог образцов печати и послепечатной доработки;
- прайс - листы компании на допечатную подготовку, печать и послепечатную доработку с достаточным уровнем технологической информации, которая позволила бы правильно пользоваться ними;
- брошюры, содержащие технологическую информацию и корпоративные стандарты управления и продаж.

В рамках подготовки выпускной квалификационной работы разработана концепция и просчитан бюджет каждого документа и необходимые ресурсы для его изготовления.

Слайд 12

Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий, показал, что совокупный рост валового дохода компании от их внедрения должен составить 703,858 тыс.руб. или 1,42%. При этом, весь прирост годового валового дохода обеспечивается только за счет маркетинговых мероприятий, без наращивания производственных мощностей.

Таким образом, в работе предложен ряд мероприятий по формированию эффективности маркетинговой политики. Основным из них является внедрение в структуру фирмы службу маркетинга, которая в свою очередь разделит маркетинговые мероприятия на разные сегменты бизнеса. При этом предложено выделить:

Слайд 13

Цель работы - разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой политики ООО «Нефтеюганская типография». – **достигнута.**

Спасибо за внимание! Доклад окончен.