

1. Слайд

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - **МАРКЕТИНГ ПРОЕКТА НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ООО ИД «ТУРБИЗНЕС».**

Актуальность темы обусловлена тем, что система маркетинга необходима компании для обеспечения конкурентоспособности в условиях рыночной экономики.

2. Слайд

Цель работы - исследование и улучшение маркетинговой деятельности компании ООО Издательский Дом «Турбизнес».

3. Слайд

В первой главе работы рассматривается роль концепции маркетинга в управлении проектом. Анализ основных понятия проектного менеджмента показал, что Понятие «проект» характеризуется:

- Направленностью на достижение определенных уникальных целей и конкретных результатов;

- скоординированным выполнением многочисленных взаимосвязанных действий;

- ограниченной протяженностью во времени, с определенными началом и концом.

Общепринятая классификация проектов: по основным сферам деятельности, по составу и структуре проектов и его предметной области проекты, по масштабу, по длительности, по степени сложности.

4. Слайд

Роль комплекса маркетинга проекта велика. Комплекс маркетинга — набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка.

В комплекс маркетинга входит все, что фирма может предпринять для оказания воздействия на спрос своего товара. Многочисленные возможности можно объединить в четыре основные группы: товар, цена, методы распространения и стимулирования

5. Слайд

Во второй главе рассматривает маркетинг проекта на примере конкретной организации.

Объектом исследования нашего исследования выступает процесс функционирования и маркетинговая деятельность издательства «Турбизнес». Краткая характеристика организации. Издательский дом «Турбизнес» был основан в 1998 году.

В задачи компании входит удовлетворение запросов заказчиков, прежде всего, обращая особое внимание на профессионализм, добросовестность, и индивидуальный подход при работе с клиентами.

Издательский дом «Турбизнес» выпускает несколько изданий для профессионалов туристической отрасли - журналы «Турбизнес», «Турбизнес на Северо-Западе», Business Travel, Destinations, «Пять звезд. Гостиничный бизнес» и др.

ИД «Турбизнес» по своей организационно-правовой форме является обществом с ограниченной ответственностью и действует на основании Устава.

Организационная структура управления издательства «Турбизнес» - линейно функциональная.

6. Слайд

Анализ экономических показателей показал, что выручка от продаж продукции в 2012г. по сравнению с 2011г. увеличилась на 3628 т.р., а в 2013г. по сравнению с 2012г. – на 2779. Себестоимость увеличилась в 2012г. – на 2349 т.р., в 2013г. – на 1443 т.р.

Прибыль от продажи продукции в 2012г. по сравнению с 2011г. увеличилась на 665 т.р., в 2013г. по сравнению с 2012г. снизилась на 520 т.р.

Чистая прибыль предприятия в течение анализируемого предприятия повышается, что свидетельствует о росте результативности деятельности предприятия.

7. Слайд

Проект, который планируется внедрять на базе издательства характеризуется следующими понятиями.

Проект компании ИД «Турбизнес» предполагает создание и организация деятельности туристического ресурса, включающей в себя элементы информационно-аналитического характера.

Цель проекта заключается в предоставлении профессионалам рынка уникальной отраслевой информации прикладного характера для использования в повседневной деятельности, обмен практическим опытом между руководителями отделов, начальниками, менеджерами по продажам различных профилей деятельности в области туристического и корпоративного бизнеса.

Миссия проекта - создание лучшего в Российском сегменте ресурса, объединяющего профессионалов туристической индустрии в едином пространстве.

8. Слайд

В соответствии со стратегической целью были сформированы текущие цели проекта, продукты проекта и команда проекта. Стратегические задачи по ключевым составляющим проекта представлена на слайде.

9. Слайд

Разработка структур проекта включает разработку дерева целей. Это схема, показывающая как генеральная цель разбивается на подцели следующего уровня. Дерево целей для проекта издательства представлена на слайде.

10. Слайд

Разработанная сетевая модель – ориентированный граф, отображающий последовательность выполнения работ, представлен на слайде 10. Модель разрабатывана на основе структуры разбиения работ

11. Слайд

Важным элементом при подготовке к реализации проекта является составление SWOT-матрицы и определение сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.

12. Слайд

Бюджет маркетинговой программы-микс с 01.09.2013 г. по 30.12.2013 г. составляет порядка 396587 рублей. И Включает такие этапы, как:

- Поиск поставщиков информации и заключение с ними договора на обслуживание
- Внедрение нового ПО
- Изучение цен конкурентов на российском рынке
- Реклама услуг по продвижению товаров и услуг
- Реклама услуг по трудоустройству
- Обучение персонала методам активной продажи
- Создание премиального фонда

Структура затрат каждого из этапов представлена на слайде.

13. Слайд

Расчет показателей коммерческой эффективности производился без учета ликвидационной стоимости объекта. Коммерческая эффективность проекта характеризуется следующими показателями:

Рентабельность активов к концу проекта составит 85%

Прибыльность продаж (начиная с 4 месяца проекта) составит – 35%

Простой срок окупаемости проекта – 0,7 лет

Норма доходности полных инвестиционных затрат – 134%

Таким образом, проект считается перспективным с экономической точки зрения и рекомендован для внедрения на базе издательства «ТУРБИЗНЕС»

14. Слайд

В ходе подготовки работы были реализованы следующие задачи:

1. определены цели и миссия проекта;
2. определены стратегические задачи по каждому направлению проекта;
3. выявлены основные возможные риски проекта;
4. проведена оценка конкурентоспособности издания;
5. проанализированы факторы внешней и внутренней маркетинговой среды предприятия;
6. выявлена актуальная стратегия для компании;
7. сформирован бюджет и представлено экономическое обоснование эффективности проекта;
8. предложены рекомендации по осуществлению реализации маркетинга проекта.

Спасибо за внимание!