

Слайд 1

Уважаемый председатель, уважаемые члены государственной аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы – «».

Слайд 2

Итак, **актуальность** настоящего исследования обусловлена постоянно изменяющимся рынком и, как следствие, постоянной потребности производителя выявлять и удовлетворять потребности общества. Решать такую задачу призван маркетинг.

Таким образом, **целью** работы является изучить процесс разработки рекламной компании в Интернет для сбытовой организации.

Задачи исследования представлены на слайде.

Слайд 3

Итак, деятельность группы компаний начиналась с оснащения объектов общественного питания оборудованием сторонних производителей и обслуживания кассовой техники. Так появилось собственное производство, не имеющее аналогов в России.

Слайд 4

Далее организационная структура управления ООО «ЦТО Челябинторгтехника» представлена на рисунке.

Слайд 5

Итак, в процессе анализа необходимо изучить состав прибыли, ее структуру, динамику и выполнение плана за отчетный период. Показатели прибыли представлены в таблице. По данным таблицы видно, что в 2017-2019гг. ООО «ЦТО Челябинторгтехника» сработало прибыльно, выручка от реализации выросла, что привело к росту. Таким образом, повышение прибыли является положительным моментом в организации деятельности предприятия ООО «ЦТО Челябинторгтехника».

Слайд 6

Таким образом, анализ основных технико-экономических показателей является неотъемлемой и главной частью анализа производственной деятельности предприятия, так как именно он способен полностью отразить

положительную и отрицательную динамику показателей и на его основе можно сформулировать выводы и предложить пути улучшения использования показателей. Из таблицы видно, что товарооборот под воздействием рекламы в 2018 году увеличился на 87 000 руб., а в 2019 году – на 91 000 руб. т.к. были введены новые средства рекламы.

Слайд 7

Далее для определения основных проблем фирмы и поиска путей их решения был проведен SWOT-анализ. Исходя из данных SWOT-анализа, можно обозначить основные имеющиеся проблемы:

- по имеющимся прогнозам спрос будет увеличиваться, а имеющиеся площади склада ограничивают развитие филиала и возможность увеличения объема продаж.
- отсутствие узко специализированного оборудования.

Слайд 8

Таким образом, отсутствие рекламной деятельности производственного предприятия входит в круг обязанностей отдела сбыта и маркетинга, в штате которого числится менеджер по маркетингу.

Слайд 9

Далее рассмотрим и проанализируем рекламные мероприятия, проводимые на предприятии, по пропаганде товаров и услуг.

Слайд 10

Итак, при проведении анализа деятельности предприятия можно сделать вывод о необходимости коррекции рекламной деятельности. Таким образом, можно отметить, что рекламная деятельность на изучаемом предприятии не развита, в связи с чем рекомендовано:

- разработать рекламную стратегию;
- ввести в штатное расписание должность маркетолога и уделить внимание его квалификации.

Слайд 11

Итак, проблемой является то, что большинство целевых показателей не выполнено. Из целевых показателей выполнен только показатель прироста объема продаж. Основная проблема связана с низкой эффективностью деятельности начальника отдела сбыта и маркетинга и менеджера по маркетингу, что негативно сказывается на эффективности рекламной деятельности ООО «ЦТО Челябинсктехника», поскольку именно эти

специалисты отвечают за разработку основных мероприятий, планирование рекламного бюджета, составление медиа-плана, оценку эффективности проведенных мероприятий, перспективное планирование маркетинговой политики. С целью повышения квалификации и эффективности данных работников предлагается применить материальные и нематериальные источники мотивации.

Также в ходе исследования мы не нашли особых отличий в мотивах приобретения товаров жителями нашего города в сравнении с общероссийскими. Меняется только культура потребления и как следствие, мы наблюдаем радикальную смену типа покупательского поведения: переход от целенаправленного поиска конкретного товара, потребность в котором осознана, к шопингу как форме досуга, включающего в себя покупательское поведение как один из его элементов. Ожидается существенный рост увеличения объемов интернет коммерции, особенно в таких областях, как путешествия, розничная торговля, финансы, тематическая реклама, а также в компьютерном секторе.

Слайд 12

Таким образом, был предложен комплекс мероприятий по совершенствованию рекламной деятельности ООО «ЦТО Челябинторгтехника», включающий:

- активное размещение наружной рекламы;
- создание и продвижение информационного сайта компании в Интернете;
- аудио-реклама в местах продаж, реклама в справочнике 2ГИС, реклама на радио.

С целью совершенствования рекламной деятельности ООО «ЦТО Челябинторгтехника» рекомендуется разработать и внедрить новый медиаплан компании, в котором определены оптимальные каналы размещения рекламы, проводимые с целью достижения максимальной эффективности рекламной кампании, а также обозначены затраты на их реализацию.

Слайд 13

После реализации данного медиаплана рекламная деятельность на производственном предприятии ООО «ЦТО Челябинторгтехника» вышла на новый уровень. Расчет эффективности предложений по совершенствованию рекламной деятельности ООО «ЦТО Челябинторгтехника» позволил подтвердить их эффективность.

Слайд 14

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание! Доклад окончен.