

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»
Колледж «Синергия»

Кафедра _____

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА – ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

НА ТЕМУ: Разработка маркетингового плана предприятия

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям),
профиль «Спортивный менеджмент»

ФИО обучающегося: _____

Группа: _____

ФИО Руководителя: _____

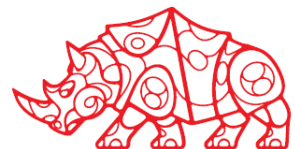


Актуальность, объект и предмет исследования

С каждым годом маркетинговые технологии и методы продвижения меняются и развиваются. Будущее маркетинга наступает с ускоренными темпами и с каждым годом появляются новые тренды, которые определяют то, как компании будут продвигать свои продукты и услуги. Эффективность маркетинга зависит от соблюдения технологии маркетингового планирования.

Объект исследования – ООО «Спортмастер».

Предмет исследования – процесс разработки маркетингового плана предприятия ООО «Спортмастер».

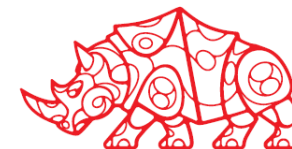


ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

Цель исследования – провести оценку действующего маркетингового плана предприятия и разработать предложения по его совершенствованию.

Задачи исследования:

- Провести сравнение зарубежных и отечественных подходов по вопросу маркетингового планирования: понятие и типология планов маркетинга.
- Определить структурные компоненты плана маркетинга на предприятии.
- Установить этапы разработки маркетингового плана.
- Представить организационную и экономическую характеристику ООО «Спортмастер».
- Провести анализ организационной структуры управления ООО «Спортмастер».
- Выявить особенности маркетингового планирования на предприятии.
- Установить проблемы маркетингового планирования на предприятии.



Для большинства планов ключевые элементы маркетингового плана, приведенные в документе, включают пункты:

Миссия организации.

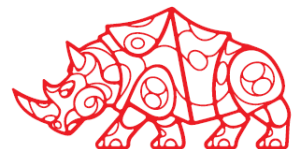
Краткое изложение и оглавление.

Анализ ситуации.

Маркетинговая стратегия.

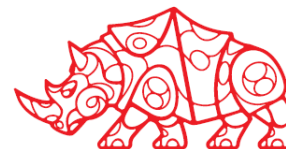
Финансовые прогнозы.

Контроль реализации.

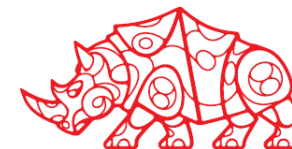
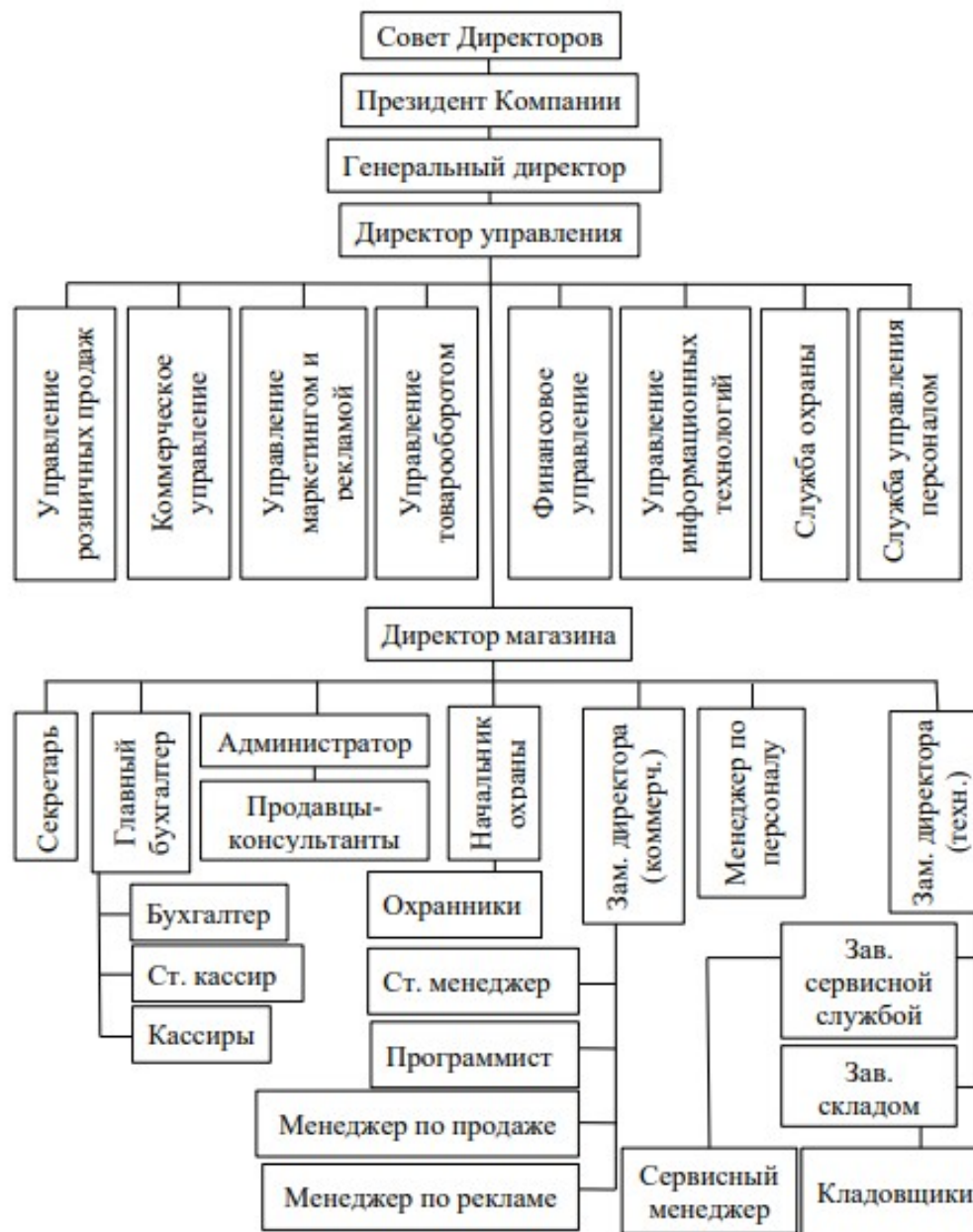


Основные финансовые результаты деятельности ООО «Спортмастер»

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменения			
				2020-2021 гг.		2022-2021 гг.	
	2020 г.	2021 г.	2022 г.	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Выручка	101894831	129165759	139612746	27270928	26,8	10446987	8,1
Расходы по обычным видам деятельности	119714605	115714605	107856010	-4000000	-3,3	-7858595	-6,8
Прибыль (убыток) от продаж	12355083	13451154	31756736	1096071	8,9	18305582	136,1
Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	11132993	3803937	2586283	-7329056	-65,8	-1217654	-32,0
EBIT	13781161	17255091	29170453	3473930	25,2	11915362	69,1
Проценты к уплате	118671	144550	512933	25879	21,8	368383	254,8
Налог на прибыль, изменение налоговых активов и прочее	2756232	3422108	5731504	665876	24,2	2309396	67,5
Чистая прибыль (убыток)	10305922	13688433	22926016	3382511	32,8	9237583	67,5

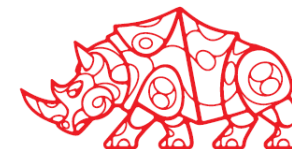


Организационная структура ООО «Спортмастер»



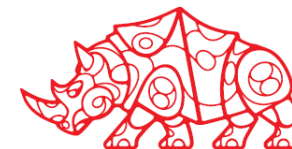
STEP-анализ ООО «Спортмастер»

Социальные факторы	Технологические факторы
Популярность ЗОЖ Снижение доходов Падение рождаемости Тренд на разумное потребление Сезонные спрос на определенные товары Социальная мобильность населения	Разработка новых инновационных товаров Расширение технологических инструментов поддержания продаж Новые каналы продвижения Развитие интернет-технологий и е-коммерц
Экономические факторы	Политические факторы
Валютные разницы Инфляция Рост расходов и себестоимости Налоговая нагрузка Увеличение логистических издержек Затраты на модернизацию (оборудование и т.д.)	Ужесточение законодательства о торговле (обязательная маркировка, электронные чеки и т.д.) Санкции и уход брендов-лидеров спортивного рынка Параллельный импорт



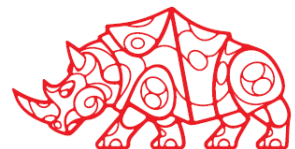
SWOT-анализ ООО «Спортмастер»

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокая квалификация персонала предприятия Большой ассортимент продукции Эффективная система контроля запаса и других операционных процессов в торговых точках Расширение ассортимента продукции за счет более новых и усовершенствованных товаров Миссия и ценности Высокая репутация среди покупателей Наличие программы лояльности Большая сбытовая сеть	Высокая текучесть кадров Наличие конкурентов Неудобные условия доставки товаров в удаленные регионы Высокая зависимость от внешних факторов (логистика, зарубежные производители, курсовые разницы и т.д.)
Возможности	Угрозы
Рост у населения желания вести здоровый образ жизни Постоянное совершенствование и создание новых спортивных товаров Расширение каналов сбыта Расширение ассортимента за счет отечественных брендов	Высокая степень зависимости от потребителя Падение лояльности потребителей Уход отдельных поставщиков На фоне снижения покупательской способности закрытие торговых точек



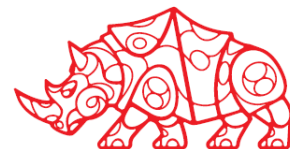
Разделы структуры плана маркетинга

1. Профиль компании.
2. Рынки.
3. Продукция/услуги.
4. Цены.
5. Организация продаж и дистрибуции.
6. Продвижение.
7. Маркетинговая организация компании.
8. Потребители.
9. Конкуренты.
10. Изучение внешней среды.
11. Анализ Swot.
12. План маркетинга.



Затраты на маркетинг в ООО «Спортмастер» в 2022 г.

№	Наименование, ответственный	Расходы, руб.
1	Исследование рынка (ГК «Эксперт»)	580000
2	Незапланированное исследование рынка отечественных спортивных товаров	2100000
3	Исследования, связанные с имиджем фирмы; исследования общественного мнения (ООО «Синтоник»)	3150000
4	Рекламные кампании (наружная реклама, тв-реклама)	13123600
5	Ведение социальных сетей (ИА «Космос»)	2900000
6	Мерчандайзинг (внутреннее оформление магазинов)	4200000
7	Затраты на персонал (обучение, заработная плата, премии)	7800000
Итого		33853600



Действующий маркетинговый план включает в себя следующие направления деятельности:

Исследование рынка
(плановые и ситуативные).

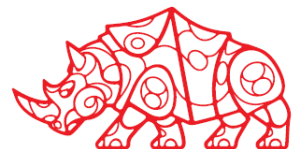
Исследования, связанные с
имиджем фирмы;
исследования
общественного мнения.

Рекламные кампании.

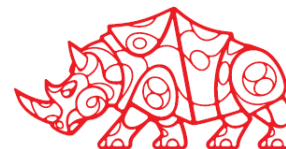
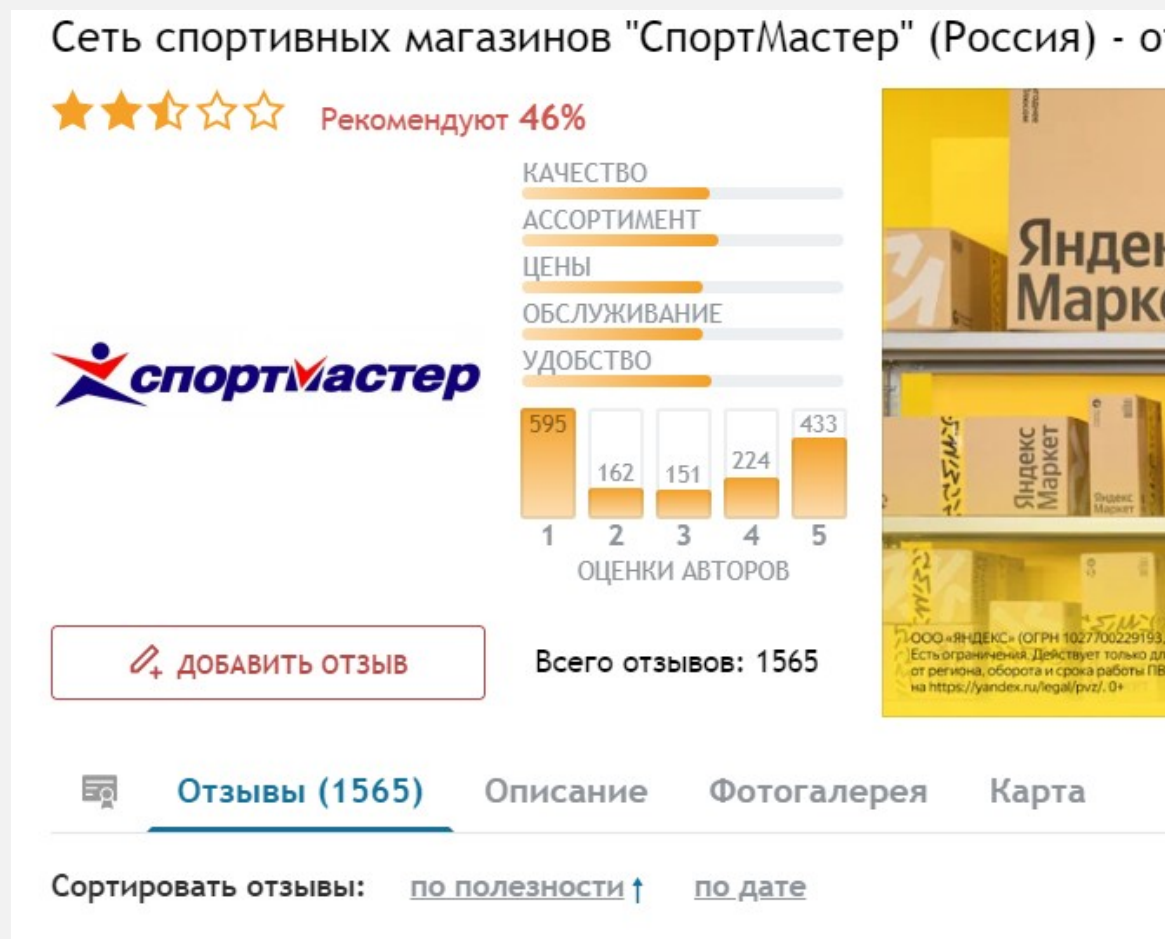
Ведение социальных сетей.

Мерчандайзинг.

Затраты на персонал
(обучение, заработная
плата, премии) и т.д.



Отзывы о сети магазинов «Спортмастер» в интернете



Работа с возражениями

Комментарии к отзыву (2)



Спортмастер

26.06.2017 11:04:07

Здравствуйте!

Пожалуйста, сообщите нам на digital@sportmaster.ru свои контактные данные и магазин в котором Вы обращались, для того чтобы мы могли рассмотреть Ваше обращение и передать соответствующим специалистам.

С уважением, Команда Спортмастер
Группа Контроля Качества и управления претензиями
Департамент интернет-продаж
8 800 777 777 1

← ОТВЕТИТЬ



svasscof ➔ Спортмастер

26.06.2017 12:58:17

23/06/2017 я отправила аналогичное письмо сотрудникам "Спортмастер".
Рассматривайте.



Выводы

В заключении данные рекомендации по совершенствованию действующего маркетинга плана путем внедрения ORM-стратегии, которая позволит создать условия для повышения доверия и лояльности клиентов; поддержки и стимулирования положительного мнения; контроля над негативом, корректное разрешение конфликтных ситуаций; повышения цитируемости и узнаваемости компании; продвижения релевантных ссылок в поисковых системах; выращивания амбассадоров и адвокатов бренда; комьюнити-менеджмента, получения обратной связи, объективной оценки восприятия бренда и инсайты целевой аудитории и т.д.



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**

