

РЕЗЮМЕ

Тема выпускной квалификационной работы (Subject matter of the dissertation): Повышение эффективности маркетинговой деятельности глобальных брендов.

Автор ВКР (Author of the master's dissertation): Арустамян Анаит Михаеловна.

Научный руководитель ВКР (Scientific supervisor of the master's dissertation): преподаватель кафедры инноватики управления и права Головина Юлия Евгеньевна.

Сведения об организации-заказчике (Customer organisation): ООО «МАКДОНАЛДС»

Актуальность темы исследования (Topicality of the research): Тема выпускной квалификационной работы связана с исследованием теоретико-методологических аспектов маркетингового управления и современных особенностей маркетингового управления глобальными брендами. Подобное исследование необходимо для выработки практических рекомендаций по маркетинговому управлению глобальных брендов на российском рынке.

Цель работы (Objective): выявить особенности маркетингового управления глобальных брендов и выработать практические рекомендации для повышения эффективности маркетингового управления брендами на примере ООО «Макдоналдс» в городе Пятигорске.

Задачи (Tasks): выявить сущность маркетингового управления, его цели и функции; рассмотреть основные концепции маркетинговой деятельности и их специфику; изучить современные модели комплекса маркетинга как основу маркетингового управления; рассмотреть понятие глобального бренда и его конкурентоспособность; проанализировать зарубежный опыт эффективного маркетингового управления западными и восточными брендами; рассмотреть регионально-ментальные аспекты маркетингового управления брендами; выявить особенности маркетингового управления McDonald's; изучить современные проблемы маркетингового

управления компании ООО «Макдоналдс» в России и за рубежом; предложить рекомендации по совершенствованию маркетингового управления глобальных брендов.

Теоретическая и практическая значимость исследования (Theoretical and practical significance of the research): Методические положения и практические рекомендации могут быть использованы при совершенствовании маркетингового управления глобальных брендов.

Результаты исследования (Results of the research): повышение эффективности маркетингового управления брендами является неотъемлемой составляющей всей системы управления в компании. При этом особое внимание необходимо уделять маркетинговому управлению в глобальных компаниях, которые, несмотря на свою масштабность, в своей деятельности сталкиваются с рядом проблем. При осуществлении маркетингового управления глобальными брендами необходимо учитывать регионально-ментальные особенности того или иного региона, а также специфику языка и культуры. На примере ООО «Макдоналдс» мы убедились в том, что использование основных концепций маркетинговой деятельности и современных моделей комплекса маркетинга в значительной степени увеличивает эффективность работы компании.

Рекомендации (Recommendations):

- В маркетинговом управлении компанией сделать упор на глобальный бренд и тем самым укрепить лояльность потребителей;
- Расширить ассортимент выпускаемых товаров с учетом вкусов местного населения и создать низкокалорийные блюда;
- Пересмотреть цены на продукцию компании на местном рынке;
- Принимать во внимание существующих конкурентов на локальном рынке;
- Позаимствовать стратегии у местных компаний и разработать свои, которые местным игрокам не так легко освоить;
- Пересмотреть мотивационную политику сотрудников.