

РЕФЕРАТ

Тема выпускной квалификационной работы: «Рекламная деятельность торгового предприятия малого бизнеса: пути повышения эффективности ее реализации (на примере ООО «ДАНИЭЛЬ»)».

ФИО автора: Данилов В.В.

ФИО научного руководителя: кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, менеджмента и финансов Шевченко И.В.

Сведения об организации-заказчике: ООО «ДАНИЭЛЬ».

Актуальность темы исследования. Для современных торговых предприятий малого бизнеса доведение информации о себе, своем продукте до потенциальных потребителей является одним из ключевых моментов эффективного функционирования. Для достижения наибольшего успеха в своей деятельности представителям малого бизнеса необходимо учитывать такой инструмент маркетинга как реклама. Руководство предприятий малого бизнеса часто недооценивают силу рекламы или скупятся на разработку и проведение эффективных рекламных кампаний, что в конечном итоге сказывается на эффективности коммерческой деятельности. Исходя из особенностей малого бизнеса - ограниченного сектора целевой аудитории и небольшого оборота денежных средств, различные рекламные кампании для малых торговых предприятий, как правило, проводятся хаотично, от случая к случаю, без осуществления исследования рынка, целевых аудиторий, масштабного анализа используемых средств рекламы.

Данное обстоятельство выдвигает в число актуальных задачу разработки методического обеспечения процедуры организации рекламной деятельности в малых торговых предприятиях и оценки ее эффективности.

Цель исследования заключается в совершенствовании методических подходов и обосновании практических рекомендаций по организации рекламной деятельности торгового предприятия малого бизнеса, отвечающей требованиям и закономерностям современных рыночных отношений.

Поставленная цель определила и **задачи** настоящего исследования:

- рассмотреть методологические подходы к определению рекламной деятельности в торговле и оценки ее эффективности;
- представить основы оценки эффективности рекламной деятельности торгового предприятия малого бизнеса;
- осуществить сравнительную характеристику использования инструментария мерчандайзинга в торговом предприятии малого бизнеса;
- провести анализ рекламной деятельности торгового предприятия малого бизнеса ООО «Даниэль», определить резервы ее совершенствования;
- предложить методические рекомендации по рекламному оформлению торговых залов в ООО «Даниэль» с учетом принципов мерчандайзинга;
- разработать методику оценки эффективности рекламной деятельности малого торгового предприятия ООО «Даниэль» на основе комплекса финансовых показателей.

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Изложенные в выпускной квалификационной работе выводы вносят определенный вклад в развитие теоретических аспектов организации рекламы малых торговых предприятий в части методологического подхода к определению этапов проведения рекламных компаний. Результаты исследования могут быть использованы в ходе разработки и реализации мер по организации рекламной деятельности малых торговых предприятий для повышения эффективности использования имеющихся ресурсов.

Результаты исследования заключаются в совершенствовании методов организации рекламной деятельности торгового предприятия малого бизнеса на основе развития механизмов взаимодействия ее участников в части эффективного построения комплекса маркетинговых коммуникаций, распределения зон ответственности, полномочий и рационального использования ресурсов пула рекламодателей.

Рекомендации: На основании проведенного в ВКР анализа можно выделить следующие направления совершенствования рекламной деятельности ООО «ДАНИЭЛЬ»:

- организационное, связанное с взаимным сотрудничеством со специализированным Рекламно-консультационным центром, ориентированным на формирование пула торговых предприятий малого бизнеса и рекламное сопровождение этого;

- креативное, связанное с рекламным оформлением торгового зала;

- экономическое, связанное с выбранным подходом к оценке эффективности рекламной деятельности малого торгового предприятия ООО «ДАНИЭЛЬ».

В ходе исследования руководством ООО «ДАНИЭЛЬ» были одобрены и апробированы методические рекомендации по рекламному оформлению торговых залов в ООО «ДАНИЭЛЬ» с учетом принципов мерчандайзинга и разработанная методика оценки эффективности рекламной деятельности малого торгового предприятия ООО «ДАНИЭЛЬ» на основе комплекса финансовых показателей. Как показало внедрение, разработанные рекомендации могут быть использованы на практике и на других современных предприятиях.