

РЕФЕРАТ

Тема выпускной квалификационной работы: Маркетинговый анализ как инструмент совершенствования деятельности предприятия (на примере ООО «Рестораны Бавария»)

Автор ВКР: Сланова Дарья Артуровна

Научный руководитель ВКР: канд. экон. наук, доцент, профессор кафедры экономики, менеджмента и финансов С.Г. Килинкарлова

Организация-заказчик: ООО «Рестораны Бавария»

Актуальность темы исследования: Каждому предприятию необходимо знать, какую продукцию, в каком объеме, где и когда производить. С помощью маркетинга ведется постоянный поиск новых рынков, потребителей, видов продукции, областей применения традиционной продукции, способных обеспечить предприятию наибольший уровень прибыли. Маркетинг выступает в качестве инструмента регулирования производства и сбыта, ориентируя производственную деятельность предприятия.

В условиях рыночной экономики предприятиям необходимо самостоятельно планировать свою деятельность с целью их эффективного функционирования. Свободная рыночная экономика, организация и управление ею невозможны без использования маркетингового анализа и разработки тщательно обоснованной системы маркетинга.

Цель работы состоит в рассмотрении теоретических положений и разработке практических рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности предприятия ООО «Рестораны Бавария».

Задачи:

- изучить сущность и содержание понятия «маркетинговый анализ»;
- рассмотреть методические основы маркетингового анализа;

- проанализировать товарную политику и сегментацию рынка сети «Рестораны Бавария»;
- обозначить ценовую политику и анализ конкурентной среды компании;
- предложить направления использования результатов маркетингового анализа;
- разработать программу развития конкурентных преимуществ ООО «Рестораны Бавария».

Теоретическая значимость исследования заключается в обобщении теоретических положений касательно маркетингового анализа как инструмента совершенствования деятельности предприятия.

Практическая значимость исследования заключена в разработке практических рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности ООО «Рестораны Бавария».

Результаты исследования:

- проведен анализ товарной политики и сегментации рынка, ценовой политики и конкурентной среды ООО «Рестораны Бавария»;
- предложены возможности использования результатов маркетингового анализа в деятельности ООО «Рестораны Бавария»;
- разработана программа развития конкурентных преимуществ для ООО «Рестораны Бавария».

Рекомендации:

- осуществление постоянного мониторинга потребностей посетителей;
- постоянное улучшение и совершенствование качества продуктов;
- расширение ассортимента;
- создание новых уникальных программ;
- разработка программ эффективного охвата целевых рынков.