

## РЕЗЮМЕ

**Название ВКР:** Совершенствование управления маркетинговой деятельности ОАО «Пятигорский хлебокомбинат».

**ФИО:** Гзогян Карен Арменович.

**Руководитель:** к.с.н., ст. преподаватель кафедры специального менеджмента, экономики и хозяйственного права Н.В. Демина.

**Название организации:** ОАО «Пятигорский хлебокомбинат».

**Актуальность темы исследования:** Несмотря на свою значимость, маркетинговая деятельность, пока не стала нормой в системе управления современными российскими предприятиями. Как показывают исследования, на большинстве предприятий маркетинговой деятельности не уделяется должного внимания, многие руководители понимают смысл маркетинга узко, фактически сводя его к рекламе и стимулированию сбыта.

**Цель** заключается во всестороннем анализе управления маркетинговой деятельности на современном предприятии и разработке рекомендаций по ее совершенствованию.

### **Задачи:**

- раскрыть понятие и сущность маркетинговой деятельностью на современных предприятиях;
- изучить информационное обеспечение маркетинговой деятельности предприятия;
- раскрыть и проанализировать этапы процесса управления маркетинговой деятельностью;
- дать общую характеристику ОАО «Пятигорский хлебокомбинат»;
- провести анализ управления маркетинговой деятельностью в ОАО «Пятигорский хлебокомбинат»;
- разработать рекомендации по совершенствованию управления маркетинговой деятельностью в ОАО «Пятигорский хлебокомбинат».

**Теоретическая значимость исследования** заключается в расширении научных представлений об управлении маркетинговой деятельностью, а

также в раскрытии сущности, роли и места маркетинга в системе управления современными предприятиями. **Практическая значимость** заключается в том, что разработанные рекомендации по совершенствованию управления маркетинговой деятельностью, могут быть использованы в практической деятельности ОАО «Пятигорский хлебзавод» и на других предприятиях различных форм собственности.

**Выводы:** Оптимизация работы любого предприятия предполагает необходимость управления его маркетинговой деятельностью, которое базируется на изучении рынка, его сегментации, планировании, а также разработке комплекса маркетинга с учетом его особенностей. Осуществление маркетинговой деятельности выступает как объективная необходимость ориентации научно-технической, производственной и сбытовой деятельности фирмы (предприятия) на учет рыночного спроса, потребностей и требований потребителей.

**Рекомендации:**

- провести реорганизацию деятельности отдела маркетинга предприятия;
- провести модернизацию ассортимента кондитерских изделий, в частности тортов.
- перейти на маркетинговое управление по товарным группам.

