

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 76 с., 9 рис., 10 табл., 53 источник, 7 прил.

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ,
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ,
РЕКЛАМА, СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА, СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ПРЯМОЙ МАРКЕТИНГ, ДИСТРИБЬЮЦИЯ,
ПОРТФЕЛЬ ПРОДАЖ

Объект исследования – ОДО «Мостра-групп».

Предмет исследования – маркетинговая деятельность ОДО «Мостра-групп».

Цель работы: оценить систему маркетинговой деятельности в организации и обосновать направления ее совершенствования в управлении.

Методы исследования: сравнительного анализа, группировок, экономико-математические, экспертных оценок и анкетирования.

Исследования и разработки: изучены теоретические основы маркетинговой деятельности, дана финансово-экономическая оценка деятельности ОДО «Мостра-групп», дана оценка управления маркетинговой деятельностью ОДО «Мостра-групп», определены пути улучшения управления маркетинговой деятельностью; разработаны конкретные предложения по совершенствованию управления маркетинговой деятельностью.

Технико-экономическая, социальная и (или) экологическая значимость: использование рекомендаций предложенных в работе даст возможность организации получить максимальную прибыль, способствовать формированию позитивного имиджа и повышению лояльности к бренду компании.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

ANNOTATION

Thesis: 76 p., 9 figure, 10 table, 53 source, 7 adj.

MANAGEMENT OF MARKETING ACTIVITY, THE INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS, ADVERTISING, SALES PROMOTION, PUBLIC RELATIONS, DIRECT MARKETING, DISTRIBUTION, PORTFOLIO OF SALES

Object of research – LLC of "Mostra-groups"

Object of research – marketing activity of LLC of "Mostra-groups".

Work purpose: to estimate system of marketing activity at the organizations and to prove the directions of her improvement in management.

Research methods: comparative analysis, groups, economic-mathematical, expert estimates and questioning.

Researches and developments: theoretical bases of marketing activity are studied, the financial and economic assessment of activity of LLC of "Mostra-groups" is given, the assessment of management of marketing activity of LLC of "Mostra-groups" is given, ways of improvement of management of marketing activity are defined; specific proposals on improvement of management of marketing activity are developed.

Technical and economic, social and (or) ecological importance: using of the use of the recommendations offered in work will give the chance of the organization to get the maximum profit, to promote formation of positive image and increase of loyalty to a brand of the company.

The author of work confirms that the settlement and analytical material given in her correctly and objectively reflects a condition of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical provisions and concepts borrowed from literary and other sources are followed by references to their authors.