

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
Кафедра управления недвижимостью

БАБИЦКАЯ
Кристина Олеговна

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «КМК-ИНВЕСТ»)

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат педагогических наук,
доцент Л. В. Белецкая

Допущена к защите

«___» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой управления недвижимостью

_____ Т. В. Борздова

кандидат технических наук, доцент

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 67 с., 6 рис., 15 табл., 48 источников, 3 прил.

Ключевые слова: КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, РЕКЛАМА, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, МАРКЕТИНГ НЕДВИЖИМОСТИ, ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, SWOT-АНАЛИЗ

Объект исследования – Общество с ограниченной ответственностью «КМК-ИНВЕСТ».

Цель исследования – анализ маркетинговой деятельности ООО «КМК-ИНВЕСТ» и определение путей ее совершенствования.

Методы исследования – теоретический анализ, обработка и интерпретация информации, опрос, наблюдение.

В процессе работы раскрыта сущность маркетинга, конкретизировано понятие «маркетинговая деятельность», определены основные виды маркетинговой деятельности организации; произведена оценка конкурентоспособности и проанализирована маркетинговая деятельность ООО «КМК-ИНВЕСТ»; разработаны рекомендации по совершенствованию маркетинговой стратегии ООО «КМК-ИНВЕСТ».

Областью возможного практического применения результатов исследования являются рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности ООО «КМК-ИНВЕСТ».

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

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 67 с., 6 мал., 15 табл., 48 крыніц, 3 прыкл.

Ключавыя словы: КАНКУРЭНТНЫ АНАЛІЗ, МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, РЭКЛАМА, УДАСКАНАЛЕННЕ, МАРКЕТЫНГ НЕРУХОМАСЦІ, АЦЭНКА КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦІ, SWOT-АНАЛІЗ

Аб'ект даследавання – Таварыства з абмежаванай адказнасцю «КМК-ІНВЕСТ».

Мэта даследавання – аналіз маркетынгавай дзейнасці ТАА «КМК-ІНВЕСТ» і вызначэнне шляхоў яе ўдасканалення.

Метады даследавання – тэарэтычны аналіз, апрацоўка і інтэрпрэтацыя інфармацыі, апытанне, назіранне.

У працэсе працы раскрыта сутнасць маркетынгу, канкрэтызавана паняцце «маркетынгавая дзейнасць», вызначаны асноўныя віды маркетынгавай дзейнасці арганізацыі; праведзена ацэнка канкурэнтаздольнасці і прааналізавана маркетынгавая дзейнасць ТАА «КМК-ІНВЕСТ»; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі ТАА «КМК-ІНВЕСТ».

Вобласцю магчымага практычнага прымянення вынікаў даследавання з'яўляюцца рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай дзейнасці ТАА «КМК-ІНВЕСТ».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй аналітычны і разліковы матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага пытання, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ANNOTATION

Degree paper: 67 p., 6 ill., 15 tab., 48 sources, 3 app.

Key words: COMPETITIVE ANALYSIS, MARKETING, MARKETING ACTIVITIES, COMPETITIVENESS, MARKETING STRATEGY, ADVERTISING, IMPROVEMENT, REAL ESTATE MARKETING, COMPETITIVENESS ASSESSMENT, SWOT-ANALYSIS

Object of research – limited liability company «CMC-INVEST».

The purpose of research – analysis of marketing activities of LLC «CMC-INVEST» and to identify ways to improve it.

Research methods – theoretical analysis, processing and interpretation of information, survey, observation.

In the process, the essence of marketing, concretized the concept of «marketing activity», the basic marketing activities of the organization; assess the competitiveness and analyzed marketing activities of LLC «CMC-INVEST»; developed recommendations to improve marketing strategies LLC «CMC-INVEST».

The scope of possible practical application of the results of the study are recommendations for improving the marketing activities of LLC «CMC-INVEST».

The author of the work confirms that the analytical and estimated material correctly and objectively reflects the state of the studied issue, and all borrowed from literary and other sources of theoretical and methodological principles and concepts are accompanied by references to their authors.

ВВЕДЕНИЕ

В рыночной экономике удовлетворение всего многообразия личных и производственных потребностей достигается с помощью непрерывающегося обмена продуктами труда.

Маркетинг рассматривается как любая деятельность, направленная на продвижение товаров от того, кто их производит (производителя), к тому, кто их потребляет (потребителю). Маркетинг как экономический процесс обеспечивает контакт производителя и потребителя, способствует эффективности совершаемых им обменов. Как следствие, он является целеполагающим началом производства, средством сведения до минимума несоответствия спроса и предложения. Маркетинг устанавливает и постоянно поддерживает не только товарный, но и информационный обмен между потенциальными участниками рыночных отношений.

Маркетинг – это философия современного бизнеса, которая определяет стратегию и тактику организации в условиях конкуренции, ориентированную на потребителя производственно-сбытовую деятельность, обеспечивающую долгосрочную максимальную прибыль от реализации продукции [1].

Главное в маркетинге – двуединый взаимодополняющий подход: с одной стороны, тщательное и всестороннее изучение рынка, спроса, вкусов и потребностей; ориентация производства на эти требования, адресность выпускаемой продукции; с другой – активное воздействие на рынок и существующий спрос, на формирование потребностей и покупательских предпочтений. Этим определяется основа маркетинга, его сущность.

Актуальность темы заключается в выборе правильной маркетинговой стратегии для организации в целях улучшения позиций на рынке и получения роста объемов прибыли.

В настоящее время ни одна организация в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без маркетинговой службы. И полезность маркетинга с каждым днем увеличивается.

Неэффективная работа отдела маркетинга любой организации ведет к снижению ее конкурентоспособности, что в конечном итоге приводит к прекращению деятельности организации.

Вышеуказанные обстоятельства обусловили актуальность темы дипломной работы «Совершенствование маркетинговой деятельности организации (на примере ООО «КМК-ИНВЕСТ»)».

Объектом исследования выступает ООО «КМК-ИНВЕСТ», являющееся одним из ведущих застройщиков Беларуси в области жилищного домостроения.

Предметом исследования является маркетинговая деятельность ООО «КМК-ИНВЕСТ».

Цель дипломной работы состоит в том, чтобы на основе полученных в ходе обучения знаний правильно, объективно и всесторонне раскрыть заявленную тему, а именно, выявить и обосновать основные направления дальнейшего совершенствования маркетинговой деятельности ООО «КМК-ИНВЕСТ».

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- 1) раскрыть теоретические аспекты маркетинговой деятельности организации, а именно: сущность, цели, принципы и функции маркетинга, а также базовые маркетинговые стратегии и методологию их разработки;
- 2) проанализировать эффективность маркетинговой деятельности и конкурентоспособности организации на примере ООО «КМК-ИНВЕСТ»;
- 3) разработать мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности и оценить их эффективность.

При написании дипломной работы были использованы следующие методы: теоретического анализа, изучения материалов периодических изданий по теме исследования, опроса потенциальных покупателей, наблюдения.

Основными теоретическими и методологическими источниками при написании данной работы служили отечественные и зарубежные издания, посвященные маркетингу и маркетинговой деятельности в организации, нормативные законодательные акты, материалы СМИ по теме исследования. Практическая часть работы построена на данных маркетинговых исследований и опросов потенциальных покупателей, бухгалтерского баланса, устава ООО «КМК-ИНВЕСТ».

Дипломная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений.