

## **Реферат**

выпускной квалификационной работы  
(бакалавриат / специалитет / магистратура)

**Тема выпускной квалификационной работы:** Совершенствование системы управления маркетингом на предприятии» (на примере универсама «Глобус»)

**Автор ВКР:** Геворкова Виолетта Арсеновна

**Научный руководитель ВКР:** доктор экономических наук, доцент профессор кафедры инноватики, маркетинга и рекламы О.Ю. Косенко

**Сведения об организации-заказчике** ИРГЯИГТ ФГБОУ ВПО «ПГУ»

**Актуальность темы исследования:** Практика работы предприятий в рыночных условиях хозяйствования показывает, что ускорение развития потребительского рынка и его инфраструктуры связано с решением именно маркетинговых проблем предприятий торговли, а для нормального функционирования комплекса маркетинга необходима реализация всех требуемых для этого управленческих функций. Последние разработки в области торгового маркетинга имеют существенную методологическую значимость, но в основном они касаются вопросов ассортиментной, ценовой и коммуникационной политики торгового предприятия. Существующие методики не обеспечивают конкретные предприятия достаточной методической базой в области управления маркетингом торгового предприятия для реализации всего комплекса маркетинговых воздействий на потребителя.

Именно это определяет проблему выпускной квалификационной работы, состоящую в необходимости разрешения противоречия между объективной потребностью в применении маркетингового управления торговым предприятием для обеспечения преимуществ в конкурентной борьбе на потребительском рынке, и отсутствием механизма его внедрения и использования, адекватного современным рыночным условиям функционирования этих предприятий.

**Степень разработанности проблемы.** Теоретической и методологической основой исследования послужили фундаментальные положения современной экономической науки, научные труды отечественных и зарубежных ученых различных школ и направлений. В странах с развитой рыночной экономикой изучению проблем маркетинга посвящен целый ряд исследований. Среди научных трудов следует выделить работы классиков И. Ансоффа, М. Портера, Ф. Котлера, Ж. Ламбена, и других исследователей. Весомый вклад в формирование маркетинговой школы в России внесли отечественные ученые-экономисты: Г.Л. Азоев, И.Н. Герчикова, Е.П. Голубков, П.С. Завьялов, Б.А. Соловьев, И.И. Кретов, А.П. Панкрухин, и другие.

Однако вопросы прикладного маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности изучены недостаточно. В частности, маркетинг в торговле представлен лишь в некоторых научных трудах, зачастую в них рассматриваются лишь отдельные его элементы. Вопросы торгового маркетинга в той или иной мере изложены в работах А. Абельского, Н.Н. Антохиной и В.Н. Наумова.

Существующие теоретические разработки в области маркетинга на предприятиях торговли практически не затрагивают вопросы, связанные с управлением маркетинговым воздействием на этих предприятиях. Не в полной мере разработаны вопросы стратегического и оперативного маркетингового планирования деятельности торгового предприятия, отличающегося от планирования предприятий в производственной сфере; не сформирована система организационного взаимодействия службы маркетинга предприятий торговли, недостаточно отражена специфика маркетингового контроля на этих предприятиях.

**Объектом** выпускной квалификационной работы является маркетинговая деятельность торгового предприятия - универсама «Глобус».

**Предметом** исследования являются теоретические и методические аспекты управления маркетингом на предприятиях торговли с целью эффективной реализации инструментов маркетинговой политики универсама «Глобус».

**Целью** выпускной квалификационной работы является разработка направлений совершенствования системы управления маркетингом Универсама «Глобус», которые позволят данному предприятию усилить собственные конкурентные позиции на потребительском рынке города Кисловодск.

Поставленная цель предполагает решение следующих взаимосвязанных **задач** теоретического и прикладного характера:

- провести анализ сущности понятия управление маркетинговой деятельности на предприятии;
- рассмотреть систему управления маркетингом на предприятии;
- выявить проблемы и тенденции развития маркетинга на предприятии;
- охарактеризовать деятельность предприятия Универсама «Глобус»;
- разработать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности Универсама.

**Теоретическую и методологическую базу исследования** составляют классические и современные экономические теории по развитию рыночных отношений в отдельных странах. При написании работы использовались труды отечественных и зарубежных ученых в области маркетинга, материалы конференций и семинаров, нормативные документы, регламентирующие деятельность торговых предприятий, ежегодники статистической информации. Методология решения поставленных задач базируется как на общенаучных методах познания, таких как: анализ и синтез, индукция и дедукция, систематизация и классификация, обобщения и группировки, так и на применении методов социологического и сравнительного анализа, экспертных оценок.

**Информационно-эмпирическую базу** исследования составили статистические материалы территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ставропольскому краю, а также аналитические обзоры и научно-практические разработки Российской ассоциации маркетинга; эмпирические данные отечественных и зарубежных исследователей, изложенные в периодической печати, и данные, полученные лично автором в ходе авторских исследований.

**Теоретическая и практическая значимость** исследования. Изучение теоретических аспектов управления маркетингом, практическое использование полученных в ходе написания выпускной квалификационной работы результатов и внедрение предложенных мероприятий даст положительный эффект, повысит уровень прибыли предприятия и будет способствовать расширению его рыночной доли, укреплению рыночных позиций Универсама.

**Структура работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из: введения, двух глав, шести параграфов, заключения, списка используемой литературы и приложений. В первой части квалификационной работы рассмотрены теоретические основы маркетинговой деятельности: раскрыта сущность управления маркетингом на предприятии, выявлены особенности и специфика управления маркетингом, рассмотрен зарубежный опыт компаний и пути совершенствования системы управления маркетингом. Во второй части выпускной квалификационной работы проанализирована деятельность Универсама «Глобус», выявлены основные проблемы маркетингового управления и разработаны мероприятия по совершенствованию системы управления маркетингом.