



Тема выпускной квалификационной работы:

*«Совершенствование стратегии
организации в области продвижения
товара на рынок (на примере ОАО «САН
ИнБев»)»*

*Выполнил: студент группы 12 СО1 б
Серняев Р.В.*

*Научный руководитель: канд. доцент кафедры Пед/п
Осипова Н.В.*

Объектом исследования является деятельность организации по продвижению продукции на рынке.

Предметом исследования является разработка стратегии ОАО «САН ИнБев» в области продвижения товара на рынок.



Цель выпускной квалификационной работы:

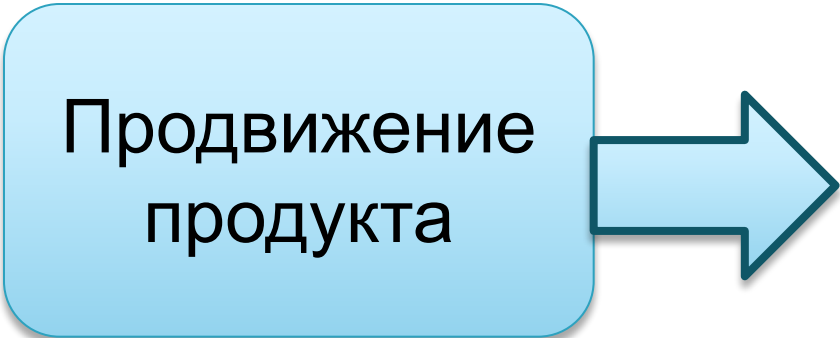
*разработать мероприятия,
направленные на совершенствование
стратегии ОАО «САН ИнБев» в области
продвижения товара на рынок.*

Задачи работы:

- ▣ Рассмотреть маркетинговый комплекс продвижения товара.
- ▣ Дать общую характеристику существующим средствам продвижения товара.
- ▣ Проанализировать деятельность ОАО «САН ИнБев».
- ▣ Проанализировать методы продвижения товаров ОАО «САН ИнБев».
- ▣ Разработать рекомендации, направленные на совершенствование стратегии продвижения товара на рынок для ОАО «САН

Теоретические основы

Продвижение
продукта



совокупность различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулированию возникновения у них желания его. Роль продвижения заключается в налаживании коммуникаций с отдельными личностями, группами людей и организациями

Средства продвижения продукции:

личная (персональная) продажа

реклама

общественные связи

стимулирование сбыта

сервис

**создание положительного
общественного мнения**

Анализ деятельности ОАО «САН ИнБев»

«САН ИнБев» – вторая по объемам продаж пивоваренная компания в России. Компания была создана в 1999 г.

Компания является российским подразделением крупнейшего в мире пивоваренного концерна «Анхойзер-Буш ИнБев».

Компания работает на пивоваренном рынке России 17 лет и занимает одну из ведущих позиций

Пивной завод «САН ИнБев» в Саранске



Ассортимент продукции ОАО «САН ИнБев»



Проблемы продвижения товаров ООО «САН ИнБев»

законодательное ограничение по продвижению алкогольной продукции

отсутствие единой стратегии продвижения на предприятии

отсутствие маркетинговой программы, направленной на повышение эффективности применения методов продвижения товаров на региональном рынке

недостаточное финансирование продвижения товаров предприятием

Календарный план программы по продвижению продукции ОАО «САН ИнБев»

Действие	Сроки	Описание	Форма отчетности
1. Подготовительный этап (01.09.2016 г. – 30.09.2016 г.)			
1.1 Проведение социологического исследования	1.09.2016 – 15.09.2016	Анкетирование, анализ рынка пивоваренной продукции	Результаты анкетирования, Контент-анализ публикаций о рынке, конкурентах
1.2 Разработка медиа-карты потенциальных информационных партнеров	10.09.2016 – 15.09.2016	Перечень всех возможных подходящих инф. Партнеров, выбор рекламных средств	Медиа-карта
1.3 Переговоры с телевизионными каналами	10.09.2016 – 20.09.2016	Согласование размещения рекламного видеоролика	Документ, подтверждающий договоренность, оплаченный счет
1.4 Переговоры с печатными СМИ	10.09.2016 – 20.09.2016	Договоренность о размещении рекламного модуля	Документ, подтверждающий договоренность, оплаченный счет

Практическая значимость работы состоит в разработке рекомендаций, направленных на повышение эффективности методов продвижения товаров ОАО «САН ИнБев». Данные рекомендации можно предложить для применения всем предприятиям, работающим на рынке алкогольной и безалкогольной продукции.

Любое мероприятие должно быть просчитано заранее, учтены все факторы, которые могут повлиять на маркетинговый проект, ведь одно неосторожное решение может привести предприятие к большим потерям, а правильно и вовремя организованное – к получению дополнительной прибыли.



Тема выпускной квалификационной работы:

*«Совершенствование стратегии
организации в области продвижения
товара на рынок (на примере ОАО «САН
ИнБев»)»*

*Выполнил: студент группы 12 СО1 б
Серняев Р.В.*

*Научный руководитель: канд. доцент кафедры Пед/п
Осипова Н.В.*