



**Московский государственный
университет инженерной экологии**

Кафедра маркетинга и рекламы

**Дипломный проект
на тему:**

**«Организация отдела маркетинга
и рекламы в структуре
полиграфического предприятия»**

Автор дипломного проекта:
Колесникова Анастасия Александровна

Миссия типографии «Принт»



Предоставление
высококачественных решений в
сфере полиграфии, создающих
эффективную среду для
профессиональной и творческой
деятельности заказчика.

Продукция и услуги типографии «Принт»



Продукция и услуги

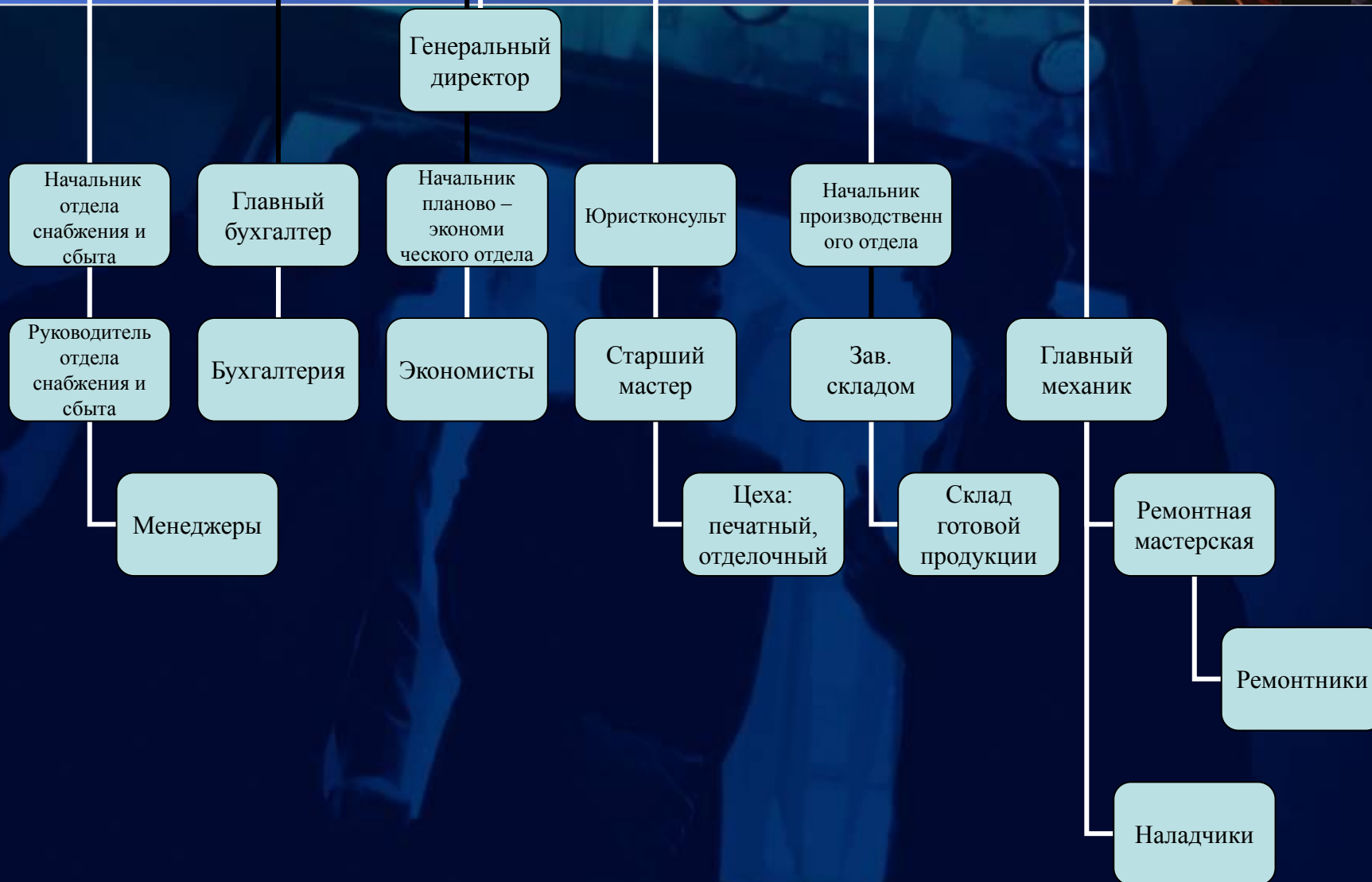
Типография
«Принт»
изготавливает:

- Брошюры
- Календари
- Буклеты
- Плакаты
- Журналы
- Каталоги

Типография
«Принт»
предоставляет
такие услуги,
как :

- Ламинирование
- Биговка
- Вырубка
- Перфорация
- Фальцовка

Организационная структура типографии «Принт»



Структурная схема отдела снабжения и сбыта в типографии «Принт»



Начальник отдела снабжения и
сбыта (1 чел.)

Руководитель отдела снабжения и
сбыта (1 чел.)

Менеджеры (2 чел.)

Задачи функционирования отдела снабжения и сбыта в типографии «Принт»



Задачи отдела снабжения и сбыта



Организация маркетинга и рекламы в типографии «Принт»



Руководство типографии «Принт» не уделяет должного внимания организации маркетинга и рекламы на предприятии. Функции маркетинга и рекламы выполняет отдел снабжения и сбыта, что, в свою очередь, приводит к:

**- перегрузке
сотрудников
отдела снабжения
и сбыта**

**- неопределенности
места
маркетинговых
функций**

**Необходимо совершенствовать
организацию маркетинга и рекламы
на предприятии с
целью повышения эффективности его
деятельности.**

Недостатки в организации маркетинговой и рекламной деятельности типографии «Принт»



- недостаточная деятельность предприятия в области рекламы и стимулирования сбыта;
- отсутствие единой политики в области развития и совершенствования продукции и услуг типографии;
- отсутствие целенаправленной деятельности в области управления маркетингом и рекламой.

Рекомендаций по совершенствованию организации маркетинга и рекламы в типографии «Принт»



Недостатки	Обоснование	Рекомендуемые действия
Отсутствие целенаправленной деятельности в области управления маркетингом и рекламой	Совмещение функций маркетинга и рекламы и функций снабжения и сбыта в одном отделе	Создать отдел маркетинга и рекламы в структуре предприятия
Недостаточная деятельность предприятия в области рекламы и стимулирования сбыта	Низкий уровень осведомленности заказчиков о продукции и услугах предприятия	Реклама работ и услуг фирмы
Недостаток обмена информацией между отделами типографии	Отделы типографии имеют цели, часто отличные от целей маркетинга	Начальник отдела маркетинга и рекламы должен направлять деятельность всех отделов с учетом активного приспособления к изменяющимся условиям требований рынка

Цель совершенствования организации маркетинга и рекламы типографии «Принт»



**Цель совершенствования
организации маркетинга и рекламы
типографии «Принт» в том,
чтобы:**

**создать такую организационную систему
взаимоотношений типографии «Принт»
и потенциальных заказчиков
работ и услуг, которая могла бы гибко,
оперативно реагировать на все
тенденции в развитии потребительского
спроса, предлагая конкретные
виды работ и услуг конкретным клиентам.**

Основные функции проектируемого отдела



- обеспечение руководства типографии необходимой маркетинговой информацией;
- проведение всего комплекса рыночных исследований;
- организация рекламной деятельности;
- оказание помощи и обеспечение консультаций по маркетингу всем отделам типографии;
- разработка стратегии и тактики рыночного поведения типографии;
- разработка новой продукции на основе получаемой маркетинговой информации.

Место начальника отдела маркетинга и рекламы в общей иерархии типографии «Принт»



Генеральный
директор

Начальник
отдела
снабжения и
сбыта

Главный
бухгалтер

Начальник
планово-
экономическ
ого отдела

Юрис-
консульт

Начальник
производстве
нного отдела

Начальник
отдела
маркетинга и
рекламы

Состав предлагаемого отдела маркетинга и рекламы типографии «Принт»



Начальник отдела
маркетинга и рекламы

Специалист по рекламе

Задачи начальника отдела маркетинга и рекламы



Руководит
разработкой
стратегии и
тактики
маркетинга

Координирует отделы
предприятия по
выполнению требований
потребителей к
выпускаемой продукции

Обеспечивает рекламу
и стимулирование
сбыта продукции

Обеспечивает
проведение
маркетинговых
исследований

Задачи специалиста по рекламе



Расчет бюджета затрат на создание и поддержание отдела маркетинга и рекламы на предприятии



Статьи затрат	Сумма, руб
Разовые затраты при формировании отдела	
Ремонт помещения	79800
Мебель	84300
Вычислительная и офисная техника	95120
Средства связи	25023
Всего	284243
Годовые затраты	
Плата за аренду помещений	324000
Запчасти и ремонт оргтехники	7820
Затраты на персонал	1020000
Канцтовары и офисная бумага	7600
Хозтовары	3600
Услуги связи	69204
Интернет	11200
Обслуживание и ремонт основных средств	8430
Эксплуатационные и коммунальные услуги	10560
Представительские расходы	10200
Всего	1472614
Итого	1756857



Предполагаемая годовая чистая прибыль предприятия после создания отдела маркетинга и рекламы составит 41997000 руб.

Результат от создания отдела маркетинга и рекламы:

$41997000 - 38595000 - 1756857 = 1645143$ руб

Реализация указанных мероприятий позволит компании получить экономический эффект – рост чистой прибыли на 4,3%, что составляет 1645143 руб.



Спасибо за внимание!!!