СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc105677349)

[1 Теоретические аспекты управления маркетингом в малом бизнесе 6](#_Toc105677350)

[1.1 Специфика маркетинга в деятельности предприятий малого бизнеса 6](#_Toc105677351)

[1.2 Инструменты маркетинга малого бизнеса в сети интернет 18](#_Toc105677352)

[1.3 Критерии оценки эффективности реализации интернет-маркетинга 26](#_Toc105677353)

[2 Анализ маркетинговой деятельности ООО «Уральские напитки» 34](#_Toc105677354)

[2.1 Харакетристика ООО «Уральские напитки» 34](#_Toc105677355)

[2.2 Оценка макроэкономической среды ООО «Уральские напитки». Анализ конкурентов 39](#_Toc105677356)

[2.3 Анализ маркетинговой деятельности ООО «Уральские напитки». 46](#_Toc105677357)

[2.4 SWOT-анализ 53](#_Toc105677358)

[3. Разработка рекомендаций по управлению интернет-маркетингом ООО «Уральские напитки» 59](#_Toc105677359)

[3.1 Разработка стратегии интернет-продвижения. План мероприятий интернет-продвижени 59](#_Toc105677360)

[3.2. Оценка экономической эффективности мероприятий по интернет-продвижению 66](#_Toc105677361)

[Заключение 69](#_Toc105677362)

[Список использованных источников 72](#_Toc105677363)

[Приложения 76](#_Toc105677364)

## ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день рынок потребления переживает глобальные изменения, или как это принято называть «эволюцию». Причины такой деформации обсуждаются и по сей день. Смена поколения потребителей, борьба за экологию, глобальный кризис сырья, а также сложившейся эпидемиологическая обстановка. Современному малому бизнесу приходится всё больше проявлять свою смекалку, удивлять потребителя и быть в тренде.

Один из ключевых аспектов малого бизнеса сегодняшнего дня – управление маркетингом. И это подчеркивает то, что среди функциональных областей бизнеса, определяющих коммерческий успех на рынке, ведущая роль принадлежит разработке стратегии интернет-маркетинга.

Карантинные ограничения привели к закрытию торговых точек, снижению мобильности населения и сокращению гражданами необязательных расходов обернулись серьезными потерями, как для производителей, так и для торговцев. В сложившихся условиях бизнес вынужден пересмотреть управление маркетингом и активно развивать интернет-продажи [35].

На рынке разливных напитков идет активная конкуренция за внимание потенциальной аудитории. Каждый день у покупателей растут требования: если раньше 10 лет назад продукция отрасли была ограничена узким перечнем сортов, то сейчас же важным аспектом при выборе места покупки является соответствие современным технологиям и разносторонним предпочтениям потребителей. Современный бизнес просто обязан держать высокое качество сервиса, удивлять потребителей необычными идеями, отменным качеством и подходом к совершению покупки, ведь конкуренция огромная, а сам потребитель «избалован».

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что управление маркетингом в малом бизнесе - обязательное условие повышения эффективности бизнеса, создания, развития и реализации конкурентных преимуществ компании.

Объектом выпускной квалификационной работы является производитель разливных напитков ООО «Уральские напитки».

Предмет выпускной квалификационной работы – управление маркетингом в малом бизнесе на примере ООО «Уральские напитки».

Целью выпускной квалификационной работы является анализ и разработка мероприятий по управлению маркетингом в ООО «Уральские напитки».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты управления маркетингом в малом бизнесе;

- проанализировать маркетинговую деятельность ООО «Уральские напитки».

 и конкурентов;

- разработать рекомендации по управлению маркетингом, формированию стратегии интернет-продвижения ООО «Уральские напитки».