СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc157418055)

[1 Теоретические аспекты маркетинговой деятельности в процессе управления продажами 6](#_Toc157418056)

[1.1 Сущность и основы маркетинговой деятельности 6](#_Toc157418057)

[1.2 Этапы и методы управления продажами 14](#_Toc157418058)

[1.3 Особенности маркетингового управления продажами в девелоперской компании 20](#_Toc157418059)

[2 Анализ маркетингового управления продажами в АО «Форум-групп» 26](#_Toc157418060)

[2.1 Характеристика деятельности АО «Форум-групп» 26](#_Toc157418061)

[2.2 Анализ рынка жилой недвижимости в городе екатеринбург 40](#_Toc157418062)

[2.3 Особенности управления продажами в девелоперской компании АО «Форум-групп» 55](#_Toc157418063)

[3 Совершенствование маркетингового управления продажами в АО «Форум групп» 61](#_Toc157418064)

[3.1 Направление совершенствования маркетингового управления продажами 61](#_Toc157418065)

[3.2 Оценка эффективности проведенных мероприятий 70](#_Toc157418066)

[Список использованных источников 79](#_Toc157418203)

[Приложения 84](#_Toc157418204)

# ВВЕДЕНИЕ

За последние годы конкуренция, на рынки жилой недвижимости Екатеринбурга, сильно обострилась. В настоящее время рынок недвижимости в городе находится в постоянной динамике. Реальную ценность представляют собой маркетинговые исследования рынка недвижимости, учитывающие все тренды сегодняшних дней. Аналитика является важной часть маркетинговых управлений продажами. Исследование рынка недвижимости заключает в себе прежде всего целенаправленный анализ рынка для выявления его тенденций.

Любой рынок, и рынок недвижимости, в частности, состоит из сегментов, каждый из которых отличается друг от друга набором характерных только для него признаков, но, в то же время, часто эти сегменты имеют и ряд общих признаков, что позволяет считать их смежными. Сегменты, в свою очередь, делятся на подсегменты, ниши и т. п. В каждом из них есть множество участников, как со стороны предложения, так и со стороны спроса. Анализируя рынок в целом, можно получить лишь общую ситуацию, однако при этом возрастает вероятность того, что важные детали и частные для отдельного сегмента тенденции в общей картине просто нивелируются, а это может повлечь за собой серьезные ошибки при дальнейшем планировании.

Для того чтобы этот избежать необходимо прибегнуть не просто к анализу рынка «вообще», а к анализу конкретного продукта. Это позволяет не только сформировать справедливую стоимость на старте продаж, но и на самом раннем этапе создать продукт, реально отвечающий потребностям клиента.

Объект исследования – компания АО «Форум групп».

Предмет исследования – маркетинговое управление продажами в компании АО «Форум групп».

Цель данной выпускной квалификационной работы заключается в разработке рекомендаций для совершенствования маркетингового управления продажами в компании АО «Форум групп».

Актуальность написания данной работы обусловлена тем, что сейчас в ситуации быстроразвивающегося и быстроменяющегося рынка жилой недвижимости, усовершенствование маркетингового управления продажами играет ключевую роль в грамотном позиционирование товара и его успешной реализации. А для этого необходимо совершенствовать процесс аналитики в компании.

Для достижения поставленной цели были поставлены задачи:

* рассмотреть теоретические основы маркетинговой деятельности и особенности маркетингового управления продажами в девелоперской компании;
* проанализировать особенности управления продажами в девелоперской компании АО «Форум-групп»;
* разработать комплекс рекомендаций по совершенствованию маркетингового управления продажами в АО «Форум групп».