Дипломная работа

**уПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ РЕСТОРАНА В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ**

**стр\_67**

|  |  |
| --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ |  |
| 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ |  |
| 1.1 Понятие и сущность управления маркетингом |  |
| 1.2 Технологии управления маркетингом в интернет – среде |  |
| 1.3 Особенности управления маркетингом в сфере ресторанного бизнеса |  |
| 2 АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ РЕСТОРАНА В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ  |  |
| 2.1. Организационно – экономическая характеристика компании |  |
| 2.2. Анализ состояния системы управления маркетингом ресторана в интернет-среде |  |
| 2.3 Проблемы управления маркетингом в интернет-среде |  |
| ГЛАВА 3. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ РЕСТОРАНА В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ  |  |
| 3.1 Пути устранения выявленных проблем в управлении маркетингом в сфере ресторанного бизнеса |  |
| 3.2. Разработка мероприятий по совершенствованию управления маркетингом в интернет-среде |  |
| 3.3. Оценка предложенных мероприятий |  |
| Выводы по главе ЗАКЛЮЧЕНИЕ |  |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**Маркетинг - это организационная функция и комплекс процессов формирования, продвижения и реализации продукции либо услуг потребителям и управление взаимодействиями с ними с выгодой для предприятия.Для эффективного развития маркетинга необходимо применять маркетинговые технологии, которые формируют связи компаний с потребителем, с задачей постоянного определения новейших требований, которые предъявляются к качеству инновационных продуктов и методам их доведения до конечного потребителя. Верным является тот факт, что основу нововведений формируют требования рынка, удовлетворение которых дает возможность компании создавать инновацию с минимум риска. |  |

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

 1. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. - СПб.: Вильямс, 2017. – 198 с.

 2. Ансофф И. Стратегическое управление./И. Ансофф - М.: Экономика, 2016. - 519с.

3. Портер М Современные методы разработки маркетинговой стратегии компании. - М.: Прогресс, 2016. - 436 с.

4. Васильев А.А. Стратегический подход к разработке маркетинговой стратегии компании // Экономика и рынок. – 2018. – № 2. – С. 112–120.

5. Архипова, Л.В. Суть маркетинговой стратегии компании: учебное пособие / Л.В. Архипова, Б.В. Сребник. - М.: Экономика, 2016. - 293 с.