Дипломная работа

 Важность аудита маркетинга в организациях бизнеса

Стр\_68

ВВЕДЕНИЕ

1 Теоретические аспекты аудита маркетинга в организациях бизнеса

1.1 Понятие аудита маркетинга и его значение в деятельности предприятия

1.2 Цели и способы проведения аудита маркетинга на предприятии

1.3 Методология проведения аудита маркетинга на предприятии

2 Анализ особенностей организации аудита маркетинга на примере ТОО

2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности

организации

2.2 Порядок проведения аудита маркетинга в ТОО

2.3 Анализ результатов проведенного аудита маркетинга и важность этого аудита

3 Совершенствование методики аудита маркетинга в организациях бизнеса

3.1 Пути решения проблем, выявленных в результате аудиторской проверки

3.2 Разработка системы внутреннего контроля показателей эффективности маркетинговой деятельности предприятия

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Проведенное в рамках данной работы исследование позволило сделать следующие выводы:

Аудит маркетинга – это самодостаточный, аналитический инструмент, который можно использовать в дополнении к системе контроллинга маркетинга, так и самостоятельно. Этот инструмент должен объективно оценить состояние дел внутри предприятия и за его пределами, то есть, рыночную позицию предприятия. Главным преимуществом маркетингового аудита является его комплексный подход к процессу оценивания, что в результате дает возможность получить исчерпывающую информацию об общем состоянии дел на предприятии во взаимосвязи с отдельными направлениями маркетинговой деятельности, а также рекомендации относительно направлений улучшения работы предприятия, способов решения имеющихся проблем, ликвидации проблемных и “узких мест” и использование его не использованных возможностей. Кроме того, аудит маркетинга позволяет указать на слабые признаки маркетинговых процессов, что в свою очередь способствует улучшению эффективности их функционирования.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

Зайцева Т.Ю. “Критические точки” аудита маркетинга предприятия” [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-special/case/m\_audit.htm

Басовский, Л. Е. Маркетинг [Текст]: курс лекций / Л. Е. Басовский. - М., 2014. - 66 с.

Международный стандарт аудита (МСА) 700 (Пересмотренный) «Отчет (Заключение) независимого аудитора по полному комплекту финансовой отчетности общего назначения» (Международная федерация бухгалтеров, 2006) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc\_id=30207627

Закон Республики Казахстан от 20 ноября 1998 года № 304-I «Об аудиторской деятельности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2022 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc\_id=1011692

Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2016. – 480 с.