



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и  
бизнесе

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(бакалаврская работа)

На тему Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия

Исполнитель Шершов Александр Сергеевич

Руководитель кандидат экономических наук, доцент

Семенова Юлия Евгеньевна

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой

доктор экономических наук, профессор  
Фирова Ирина Павловна

« 15 » 06 2018 г.

Санкт – Петербург  
2018



«

»

( )

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ ,

\_\_\_\_\_

«

»

\_\_\_\_\_

,

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 .

	.....	3
1.		..... 6
1.1.	:	..... 6
1.2.		..... 16
2.		
	.....	23
2.1.		..... 23
2.2.		
	.....	31
3.		..... 49
3.1.		..... 49
3.2.		
	.....	66
	.....	75
	.....	77

.

.

.

,

,

.

-

(

,

, e-mail

. .),

,

.

,

,

,

,

,

,

.

,

.

,

.

,

.

-

,

,

,

,

,

. .”

.

,

-

, .

,  
, ,  
.

,

.

( - ),

.

,

.

.

, , , ,

.

,

.

. ,

,

.

.

, , ,

.

.

.

,

1)

:

2)

;

3)

;

—

—

1.

1.1

:

.

.

.

,

,

,

,

,

.

,

,

,

.

,

,

—

,

[1, c. 10].

-

,

[1, c.

45].

:

1.

—

,

,

,

;

2.

-

-

—

,

,

.

3.

—

,

;



(price),

(product),  
(promotion).

(place)

( ),

[3,c. 35].

, ,  
 , .  
 , .  
 .  
 , , :  
 ; .  
 , ,  
 , , ,  
 , , ,  
 ( 5 -10  
 ).

2-5 ( - 3 ).

, ;  
 ,

" " " - "

.

,

-

,

,

,

[4,c.85].

,

-

.

,

.

,

.

,

,

,

.

:

•

.

,

,

.

,

,

.

,

.

,

,

,

.

. 421].

[6, c. 41].

,  
, . . .  
.

,  
.  
,  
,  
.  
.

, .

( , ).

. - , .  
,

.  
( ), ,

.  
- , ,

(Sales-Promotion).

,  
,  
- - ( ).

PR

PR-

PR

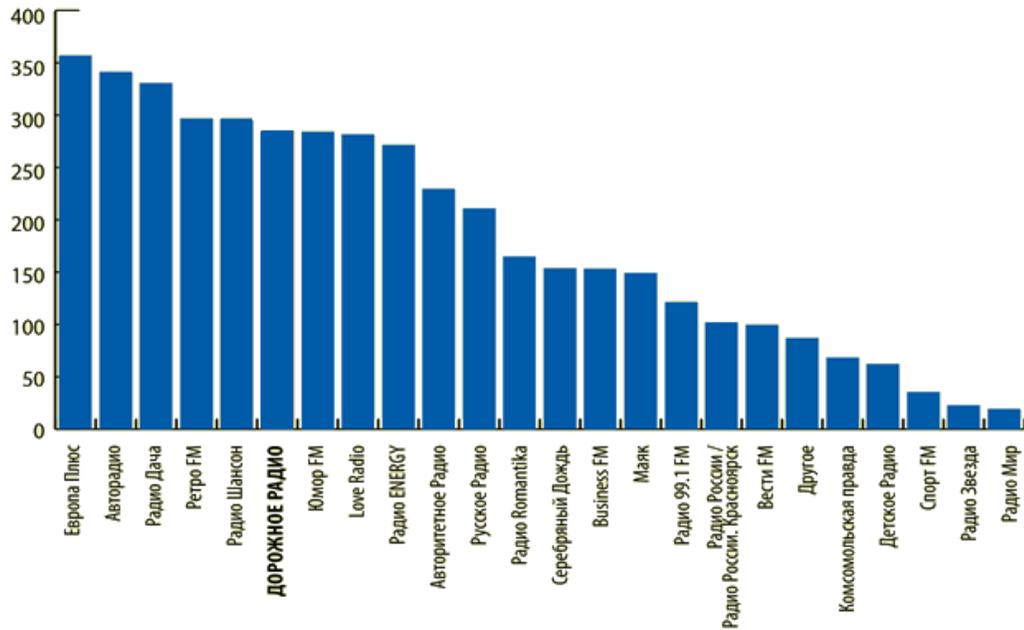
(PR),

— , .  
( , )

1.2

60%,





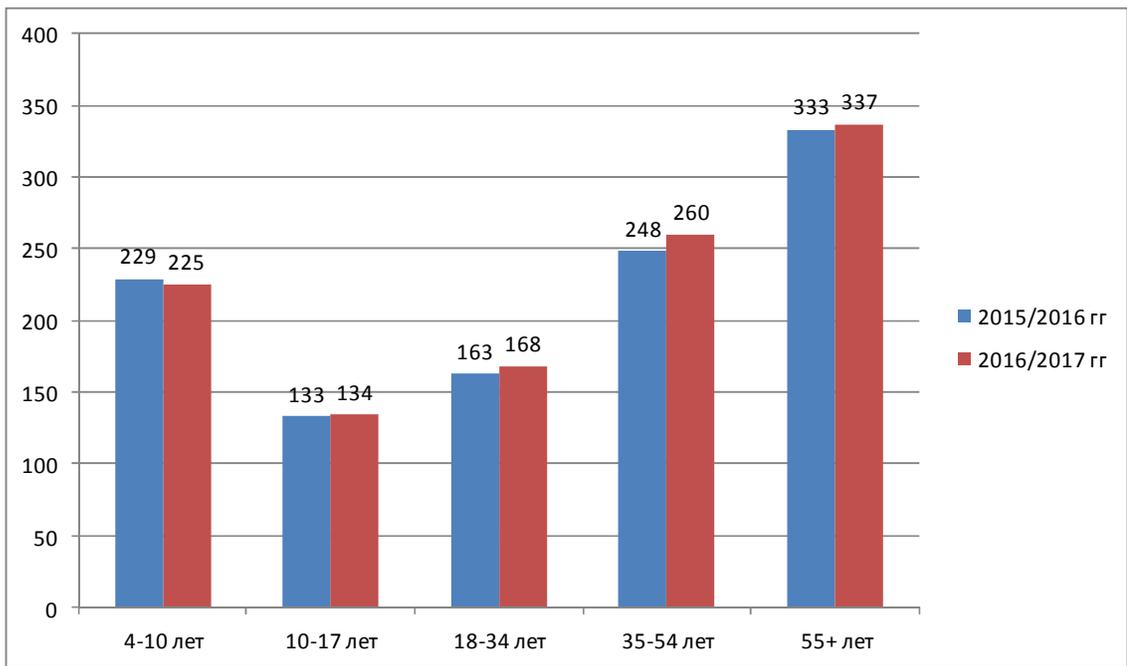
24  
 -10  
 FM,  
 LoveRadio, Energy,  
 FM.

RadioIndex —

1.







1.2.

( ) [33].

– 6 %.

« » ( ),

2015 ( ) [34, .7].

1.3.

« » (TVIndex).

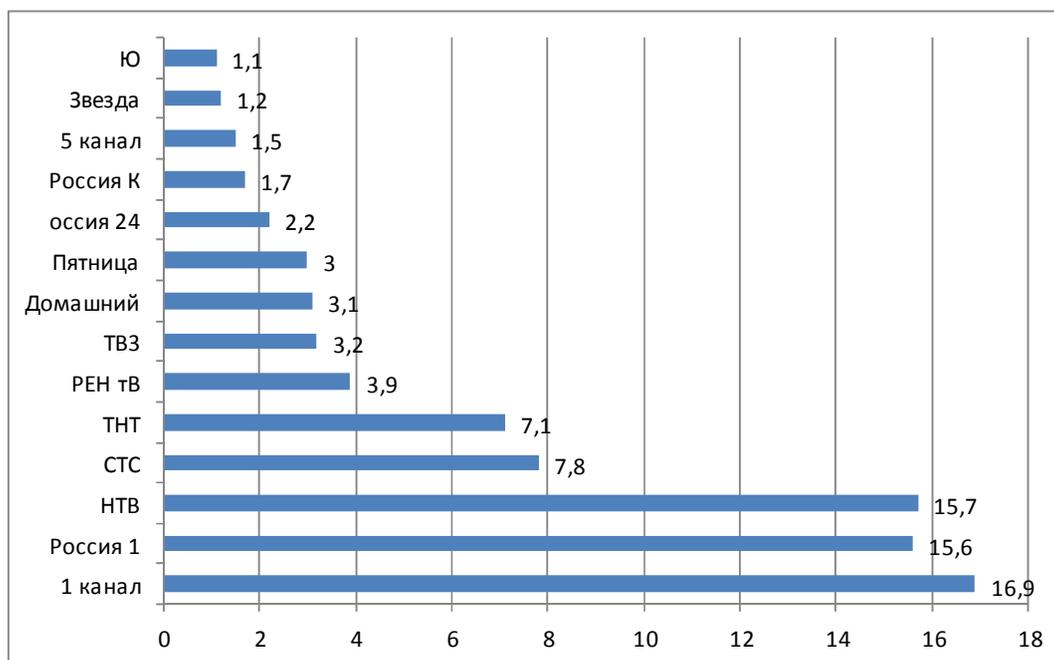
1.2. - 10

[35].

					%
	25,89	3,05	12,8	40,05	4,72
!	16,09	1,9	13,54	37,56	4,43
	8,44	1	5,42	9,76	1,16
	5,96	0,71	6,41	22,76	2,71
	3,23	0,38	1,19	51,71	6,1
	3,2	0,38	1,25	4,68	0,55
	3,1	0,37	1,21	7,94	0,94
	2,6	0,31	2,51	15,28	1,8
-	1,95	0,23	1,91	4,74	0,56
	1,82	0,22	1,17	5,11	0,6

1.4.

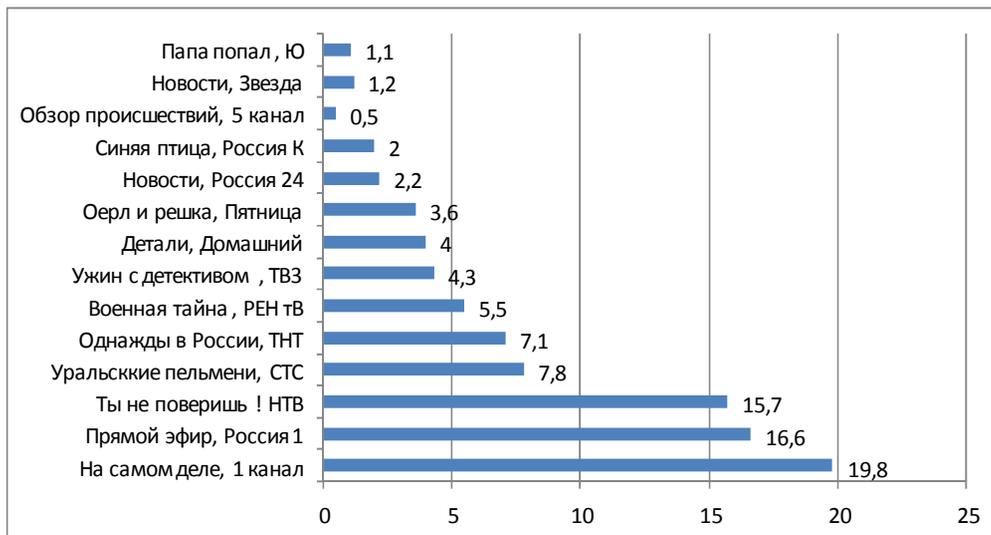
4-



1.4.

(%) [34].

, « » ,  
( 1.5).



1.5.

2017 (%)

[34].

« », « » « » ,

2018 .

18

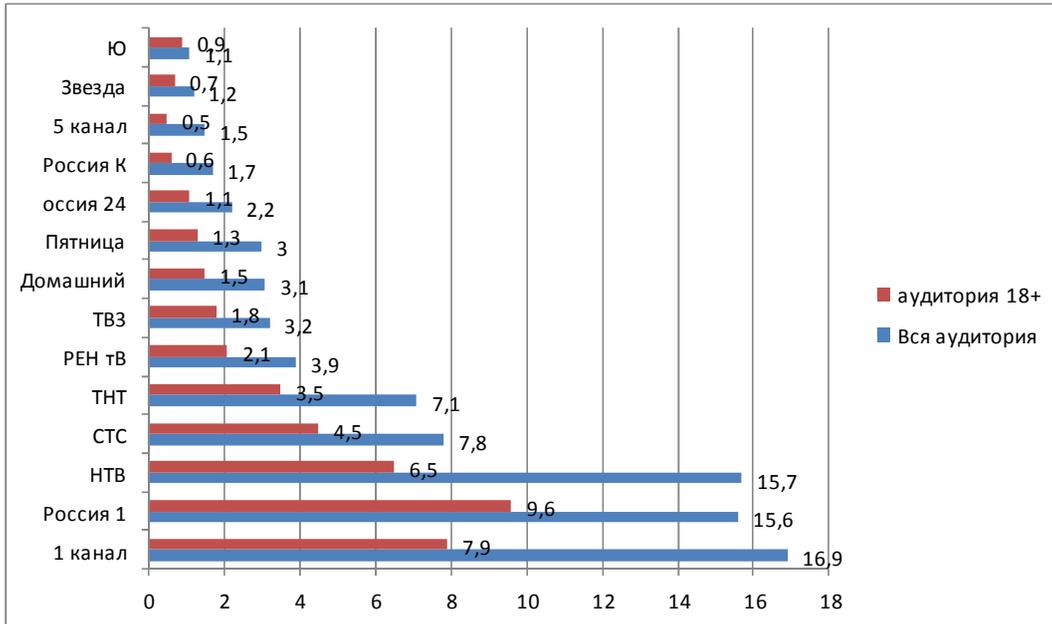
«18+»,

( . 1.6.).

, , ,

—  
—

18-35



1.6.

(%) [34].

- ( a - . target -  
;
- - ( o - . pr fle - ) . .  
-  
,
- .

2.

2.1.

2000

,  
.  
,

2003

,

«  
- )»,

» (

,

14

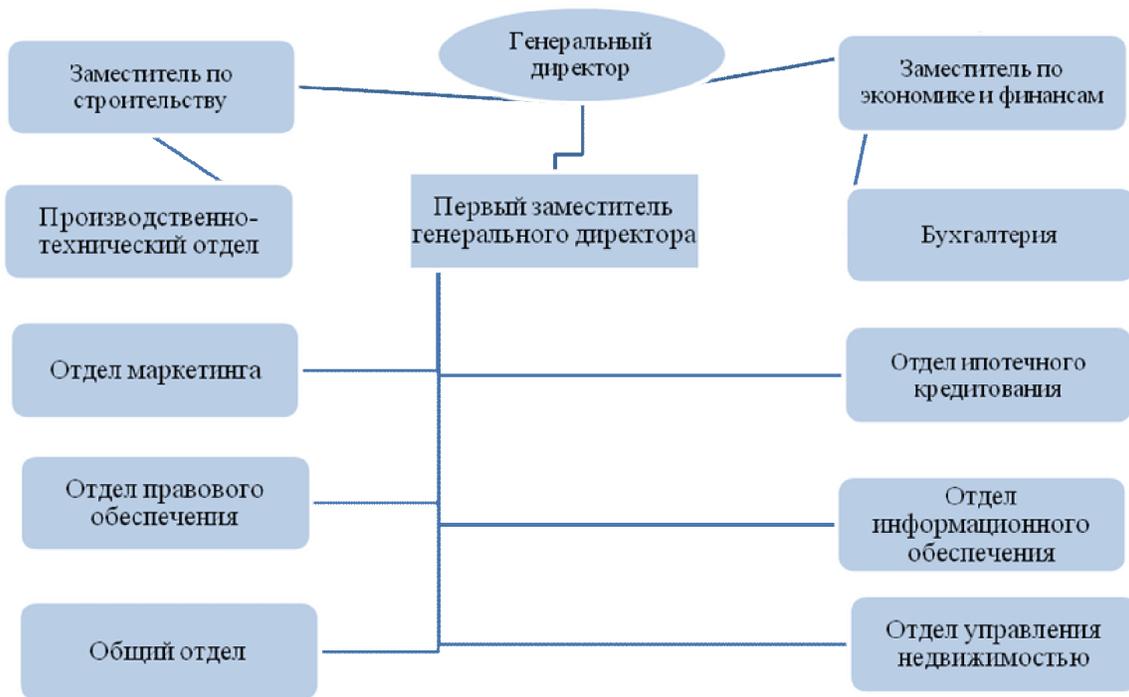
. 2

2018

« »

( - )

1.6.



2.1.

6

« », 126.

«

»

.78

,7.

,

.

,

"

"

,

:

,

,

,

,

,

,

-

,

.

,

,

.

,

,

,

,

,

,

.

,

:

1.

,

;

2.

3.

;

4.

;

5.

,

;

6.

,

:

1.

2.

«

».

3.

4.

( )

,

«

».

10000

,

«

»,

«

», «

», «

»,

-

,

,

,

.

:

,

,

.

1 2016 534,7  
, 42,34%  
( 01.08.2015  
927,23 ).

– 2016  
32,57%, – 32,15%  
1 2016 61,1 .

, – 2016 ,  
2,8% [30].

( 2016 10,4%).

–

, , 39,15%.

( 2016 5,38%) ( .2.2).

2017:	0,33%
2017 :	1,31%
2016:	0,44%
2016 :	2,51%
2016:	5,38%
12 :	4,13%
60 (5 ):	49,63%

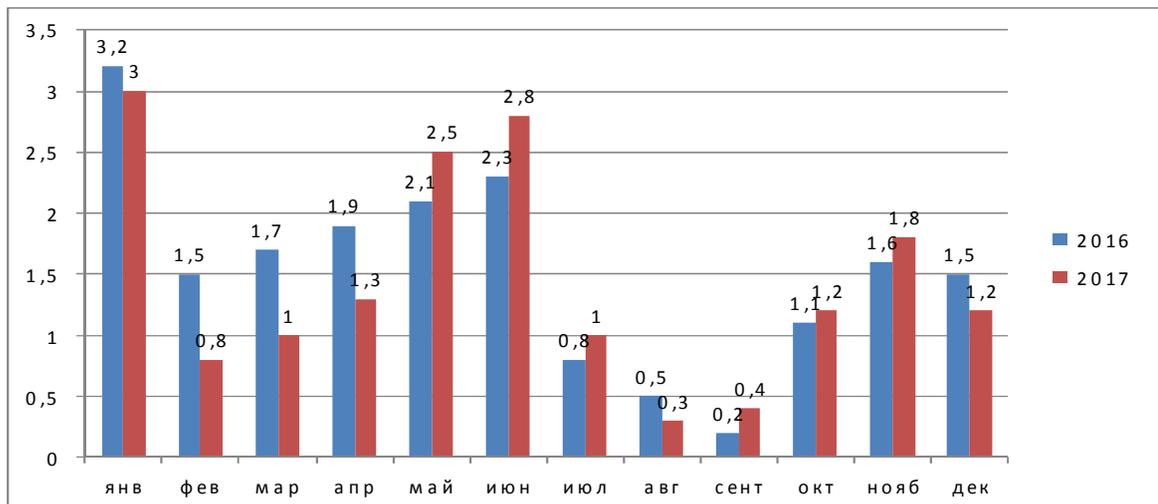
2.2 -

2017

28% ( 35 . 44,8 .), – 33% ( 53,5 . 71 .  
.). 1,53 . 1,59

2.3.

2017



2.3.

(%) 2016-2017 ..

( . )

( . . 2.3).

	2015 .	2016 .	2017 .
, %	76,4	78,3	81,2
, . . .	248 567	299 453	350 962
( . . . ), .	248 567	299 453	350 962
, . . .	3496	5392	6915
, . . .	512 764	548 365	729 589
, . . .	159 900	165 000	179 000
, . . .	0,55	0,67	0,9

2.3.

2016 , 2017

33 %,

17 %.

SWOT- ( 2.4),

	(S)	(W)
	1) . 2) . 3) . 4) . 5) . 6) . 7) . 8) . 9) . 10) .	1) . 2) . 3) . 4) . 5) . 6) . 7) .
	(O)	(T)
	1) . 2) . 3) . 9) . 10) .	1) . 2) . 3) . 4) . 5) . 6) . 8) .

2.4. – SWOT-

1)

2)

3)

## 2.2.

« - », « », « »  
« », «99,1»,  
TNS  
2018 ( 2.5.).

	564,4
-	451,9
	430,1
« »	33,1
99,1 fm	15,7

2.5. -

2.4.

« », — « ».

2017 .

2.5.

					( )	
		507,9	17-30	248	447,6	111000
	15					
	1,5	85,5	15	2	25000	50000
		102,7	28	2	30000	60700
-		205,8	24	2	22500	95000
<b>fm</b>	<b>102,2</b>	264 624	7-20	70	388	27140
<b>fm</b>	<b>, 100,8</b>	322,8	17-30	70	357,1	25000
«	1/2	55	24	1	-	10000,0 0
»			31			
	1	253				24300

: 320140

2.6. -  
, 2017 .

, ,

, .

, ,

, .

4

1,812000 . . ,

2250000 . .

,

,

.

,

, ,

.

,

.

:

:  $320400 / 1500000 = 0.21$  .

:

-

( ) 10 ( 12 - 15 ).

2,731 . .

	· · ·	,	· · · ,
-	- 80 .	- , , ,16	128000
, ,	« 50 . »,	, , , , 55	94400
-	20 .	, , , .	50000
	1.5	-	320400

2.7.

2018

- 60 % , 60 %

$$= 0,6 * 2,731 = 1,638 \quad . \quad .$$

/ , , 7

1,638 \*7=11,47

2.8, 2.9. 3

2.8 -

	,%	,%	1		CPT,
	26.1	8.5	2200	1	(2200*20)/0,261*13 55= 124,4
« ».	21.3	6.8	2200	2	152,5
	22.4	6.5	2200	3	144,97
	20.3	6.1	2200	1	159,9
- -	15.7	4.3	2200	1	206,8

, « » -

, 124,4.

« - - », 206,8.

Metro (0,969) (

2.9.).

			CPT,
_____	7931.52	16	0,496
_____	4320.00	14	0,309
Шанс	880.00	8	0,11
<u>Metro</u>	7752.00	8	0,969

_____ , _____ 4	3695.76	8	0,462
_____	4400.00	7	0,629
_____ . _____	8914.80	29	0,307
_____	2400.00	24	0,1

2.9 -

\_\_\_\_\_ ,  
« \_\_\_\_\_ », « \_\_\_\_\_ ».  
- \_\_\_\_\_ ,  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ .  
7 .  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ .  
\_\_\_\_\_ ,  
\_\_\_\_\_ :

### 3. - C.R.P

	, %	1 .	CRP, 1
	8.5	2200	7764,7
« _____ ». - _____	6.8	2200	9705,9
	6.5	2200	10153,9
	6.1	2200	10819,7
- -	4.3	2200	15348,8

C.R.P « - - », « » (15348,8 10819,7 ).

3.1..

3.1. - C.R.P

	, .	%	CRP, 1
_____	7931.52	11.19	708,8
_____	4320.00	9.79	441,3
_____ - _____	880.00	5.59	157,4
<u>Metro</u>	7752.00	5.59	1386,8
_____, _____ 4	3695.76	17.78	207,9
_____	4400.00	15.56	282,8
_____ . _____	8914.80	15.26	584,2
_____	2400,00	12.63	190

« »,

«Metro», « ».

:

$$G \sum \text{Рейтинг} \times \text{Количество выходов} \times 4 \text{ недели} = (11,19 + 9,79 + 5,59 \times 3 + 5,59 + 17,78 + 15,56 + 15,26 + 12,63) \times 4 = 418,28$$

$$418,28 + 171 = 589,28$$

TRP (Target rating point) - GRP,

. T.R.P. (Target Rating Points) - «

» - G.R.P., ,

, . .

,

. T.R.P. -

.

0,868

Reach :

$$Reach_{ТВ} = \sum \left( \frac{[(Доля \times \text{Аудитория канала})]}{(\text{Целевая аудитория})} \cdot \text{Частота пс}$$

$$Reach_{Газеты} = \frac{\text{Аудитория издания}}{\text{Целевая аудитория}} \cdot \text{Количество выходов}$$

$$= 0,07 \cdot 10 = 0,7$$

$$Reach = 6.944 + 0.7 = 7.644$$

S :

S :

$$OTS_{Газеты} = \frac{\text{Аудитория издания}}{\text{Целевая аудитория}} \cdot \text{Количество выходов} \cdot 4 \text{ недели} = 16 +$$

$$OTS = OTS_{ТВ} + OTS_{Газеты} = 9788.2$$

$$\text{Frequency} = \text{GRP} / \text{Reach} = 418. \frac{28}{7} . 644 = 54.72$$

,  
 .  
 .  
 ,  
 . . 2020  
 . « »  
 . 2018 ,  
 . .  
 445 ,, 20%.  
 6 ,, . .  
 ,  
 , .  
 ,  
 .  
 2017 .  
 « ».  
 ,  
 ,  
 2020 . —  
 ,  
 -  
 .  
 ,  
 . 6 . 2020 ,  
 .

( ;

2 2018 . - . )

,

.

:

( ,

« »)

. ,

.

,

,

—

( « »

,

« » . )».

, « »

,

2015

-155. 2016

,

,

,

,

- . . « »

-

2017 « » .

-5

.

-

66% 2020 ,

. .

,

.

60%

2020 .

2020

100 .,

10 .

214- «

1

»

-

-

-

«

»

«

»

-

( )

Frank RG,

2017

( ),

78%,

71%,

4 . .



»,—  
— 320,8      ,,      — 200      ,,      -      —  
46,6      .  
-      ,      26  
80      .

(      1      2018

,      1      270

.      1  
100

6%

6%

(

.)

0,25

«

»,—

15

20%

— 72 . 99 . . ( )

41

119,1

12,268

.».

2018

40

388

118

18

2017

512

, 2018

- 266

. 2017

( )

234

265

., 2018

( 1 )

-71

80

. 2017

17,428

. 2018

20

.,

270

305

. 20



3.2. ,

1. :
- $= 350962 / 529\ 589 = 0,66;$
  - $= 1;$
  - $= 350\ 962 / 299\ 453 = 1,17.$
2. :
- $= 1,16 ( , ).$
3. :
- $= 1,17 \times 179 / 165 = 1,26.$
4. :
- $. . = 1,17 \times 0,9 / 0,67 = 1,57.$
- , :
- $= (0,66 + 1 + 1,17 + 1,16 + 1,26 + 1,57) / 6 = 1,13.$

2015 .

$= 1,39.$

$= 0,75 ( ,$

$).$

:

$= 1,13 \times 1,39 \times 0,75 = 1,17.$

2017 .

,

,

,

(

).

3.

3.1

1)

2)

3)

1)

2)

3)

4)

5)

( 3.2):

3.2

2018

		( , - ) + )		( )	( )	( )
				9	8778	40 000
	15		25-29	- : 1,5		
		507,9	26	2	27500	35 000
	, 1,5		25-26	1	6500	6 500
	, 1,5		29	2		68 850

101,2 fm	15	+ 264 624	2-15	90	374,4	30000
		: 400,9	25			
99,1 fm	15	-462 25-35 +.	2-15	113	196	28 118
100,8 fm	15	: 322,8	16-29	50	357,1	27000
(102.2)	15	264, 6	1.05.18- 30.05.2018	84	369	31000
"Stive&Barton"	15	400,9	1.05.18- 30.05.2018	15	2,38	35700
sibnovosti.ru		400	1.05.18- 30.05.2018	6	5000	30000
24rus.ru		150	1.05.18- 30.05.2018	20	1500	8000

		150 .	1.05.18- 30.05.2018	2-3	2000	4000
<b>1-line.ru</b>						
		300 .	1.05.18- 30.05.2018	30		35000
" "	1 ,	253 150 .	13 ,29	2		20000
3500,7						
					:	<b>377140</b>

. —  
 ,  
 .  
 ,  
 . —  
 « » , « » , « » .  
 :  
 - ;  
 - ;  
 - ( ).  
 ,  
 — ,  
 .  
 ,  
 :

1. .
  2. ,
  3. .
- ( .3.3.).



. 3.3. -

« »

—

« » « », « » -

50

« »

».

»,

LinkedIn, 2016

LinkedIn

- « ».

»,

«

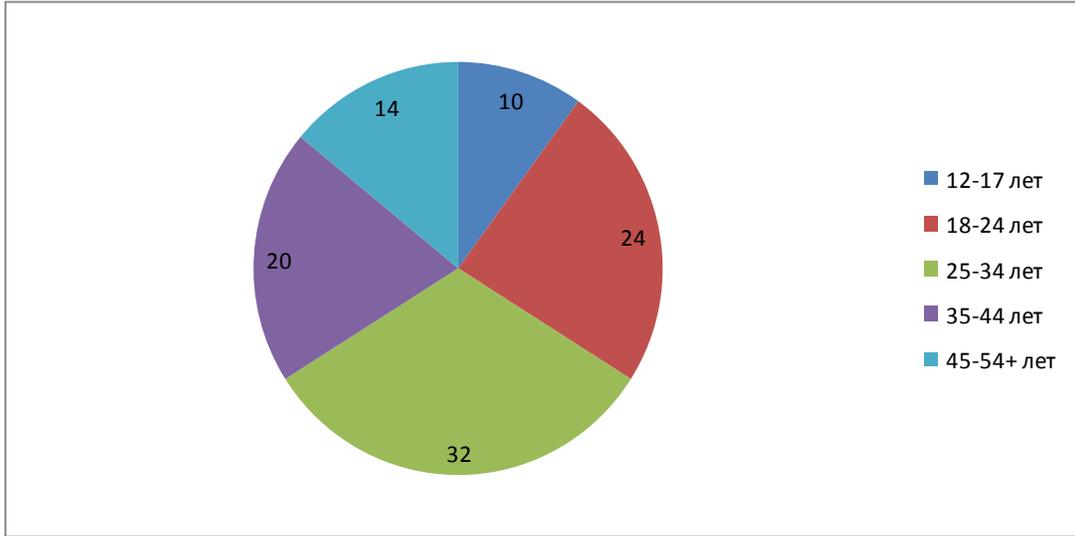
».

( 3.4.).

	-		-	-			-	
-	12000	507	5	2	1	3	2	0,59
-	16987	785	2	3	1	3	4	0,63
	1200	1025	10	12	2	5	15	0,78

3.4.  
(, Facebook, , Twitter).

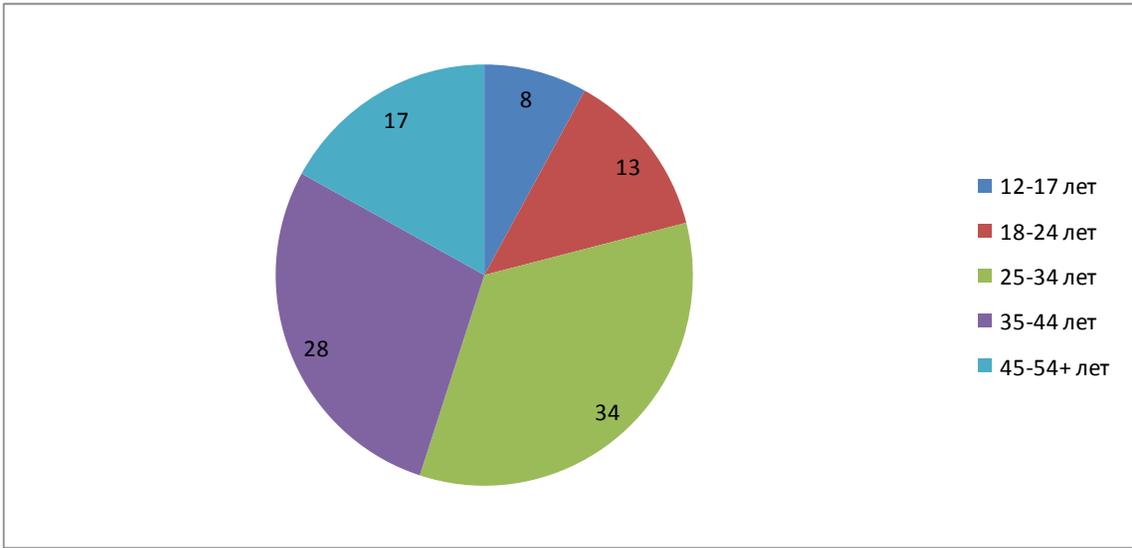
« - » .  
,  
.  
, , ,  
,  
.  
« — » ,  
, .  
, .  
- ,  
, ,  
.  
« »  
,  
.  
, , ,  
« », ,  
, .  
,  
«  
».  
—  
.  
—  
« », « Twitter» .



. 3.5.

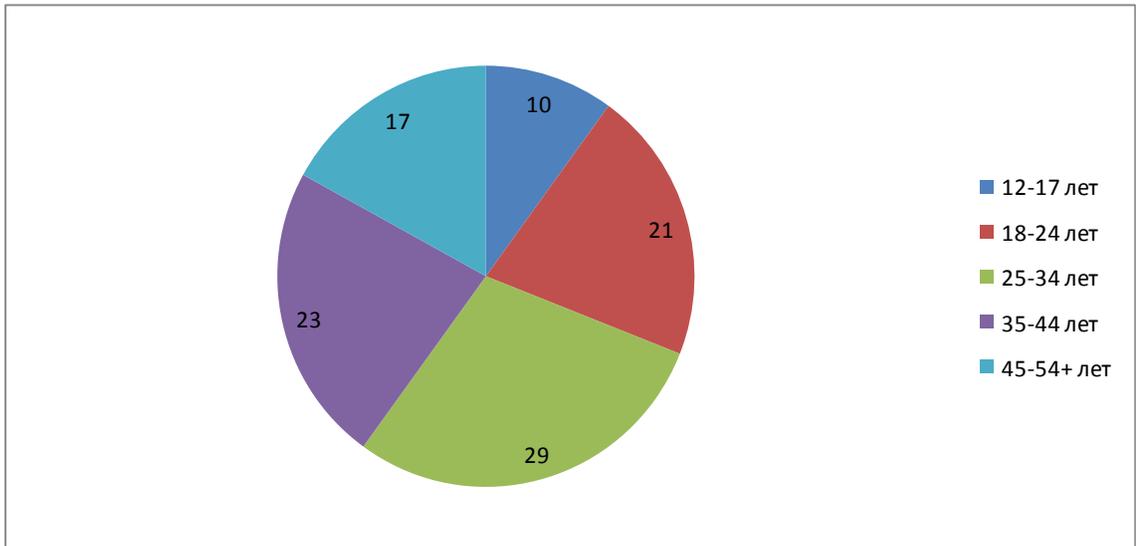
« » %

( 3.5).



. 3.6.

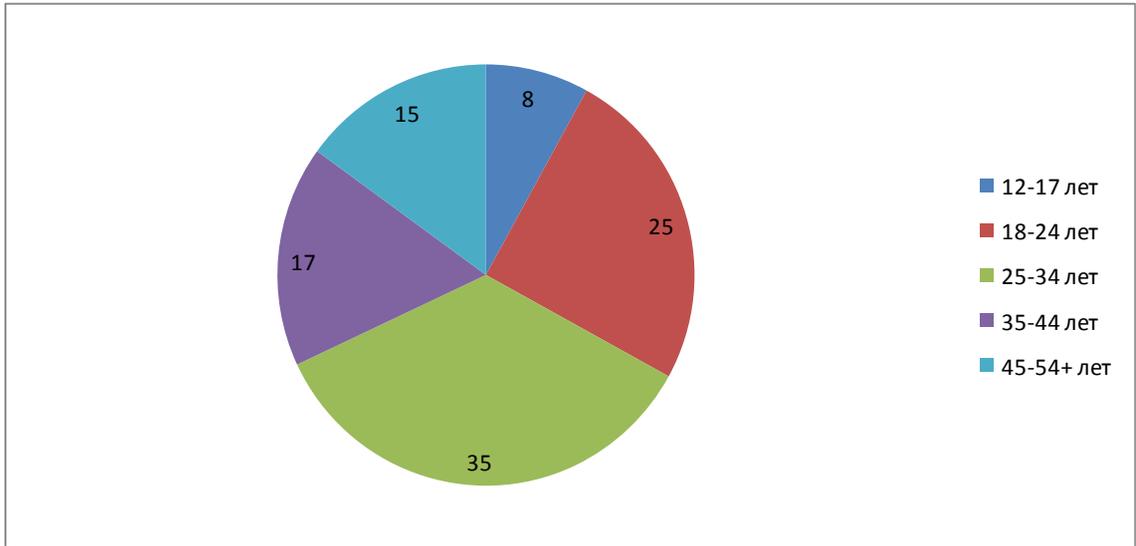
« » %  
« » , « ».



3.7.

«Twitter» %

, «Twitter»,  
, «  
» -



. 3.8.

« » %

—

« »,

« »,

-

,

.

-

( 3.2.).

SWOT-

,

.

,

,

.

3.2.

	， ， ， ，	， ，
	， ，	， ， ，
	，	
	《 》， ，	《 》， ， ( )
	， 《 》	，
		，

-

，  
，  
-  
，  
·  
，  
·  
《 》  
·  
，  
·

- », «
- » :
1. « »
  2. « »
  3. « »
  4. « »

( 3.3.)

3.3. « »

	-			-		
	-			-		

- 18.

3-5 ( )

( 3.4.).

3.4.-

	9.30 – 11.30	1-2
	12.00 – 13.40	1
	19.30 – 21.00	1-2
		3-5

, 3 ,  
 .  
 ,  
 .

( 3.5).

3.5.

	:	,	,		

- .

,

:

1. / .
2. .
3. .
4. 1-2 ( ).
5. / / .
6. ,  
 / / .
7. , .
8. , , .
9. .
10. .  
 ( 4).

4.

-

««

»

<p>,</p> <p>,</p> <p>.</p> <p>10 ,20- . .</p>	<p>,</p> <p>,</p> <p>.</p>	<p>,</p> <p>gif-</p> <p>,</p>
	<p>«</p> <p>«</p> <p>»</p>	<p>,</p> <p>,</p> <p>,</p>
,		,

:

1.

,

.

2.

(

,

,

,

.)

3.

-

-

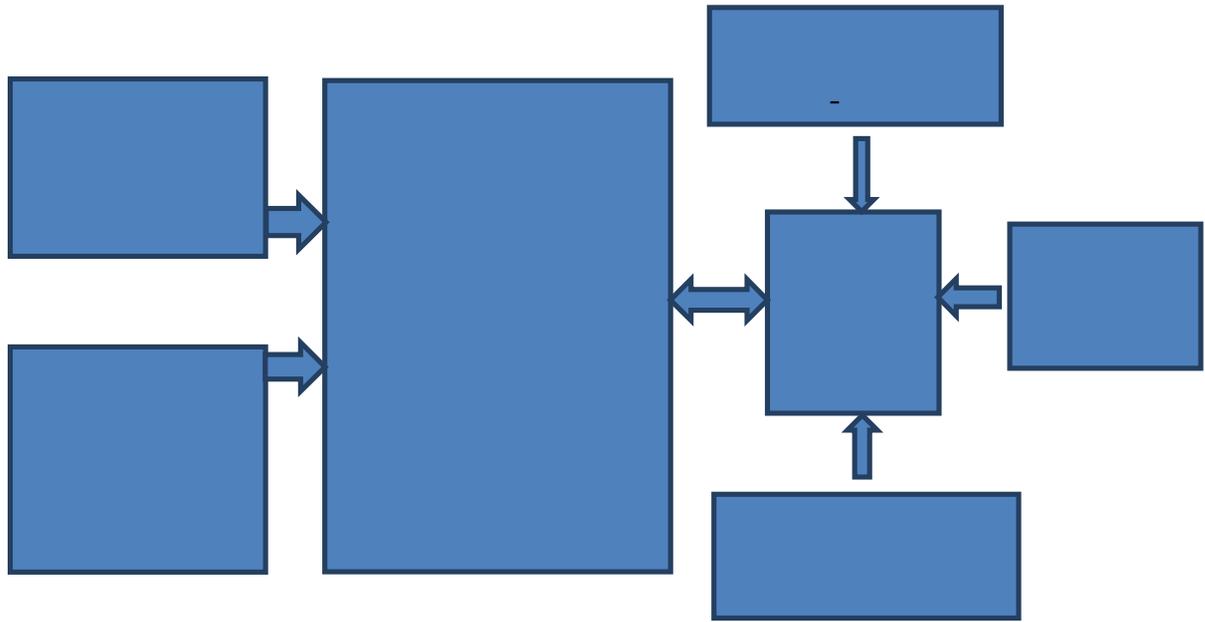
4.

.

.

,





3.8.

( 3.8).

Facebook

« » -

,

,

.

.

,

.

,

,

,

,

,

.

,

.

.

,

«

»

-

2018

(

4.2).

## 4.2

	25	–	15000	30	30	10	3
		– 90					
	100	72					
	25	–	20000	50	50	16	10
		– 60					
	100	72					
	25	–	10000	35	35	30	15
		– 105					
	100	72					
	25	–	2000	35	35	14	8
		– 80					
	100	72					

3.2.

		2017	2018
1.	-		
			6,75
			10,25, 41
2.		110	205
820			
3.			18 30
120			
4.			4,25 7,1
28,4.			

( ):

- -3
- 25 35
- (
- TNS) :
- 25-45
- -5
- 150
- : 27 45
- / : 51,5% ( )
- 48,5% ( ).
- 99.1 fm - 33
- -5
- 120
- : 52,9% , 47,1% ;
- 85 % 25 , 63.4% -
- -
- / 30

- "Stive&Barton" -
- Sibnovosti.ru - «Sibnovosti.ru» -
- 24rus.ru ( ) - -
- 1-Line - «1-Line» -
- Facebook, Twitter -

.  
, . . .

.

:

$$: 399168 / 4000000 = 0.09 .$$

.

,

,

,

.

,

,

,

,

—

,

.

,

,

.

.

—

,

.

,

.

« », « », « » .

$$= \Sigma \text{Likes} + 2 \Sigma \text{Comments} + 4 \Sigma \text{Share} /$$

, (1)

: - ;  
 Likes - « »; Comments -  
 ;  
 Share -

30 2018 , :

$$= ((19+15+19+19+15+36+11+18+28+51+52+38+25+20+55+63+85+62+85+47+100+40+27+20+9+5+17+14+12+25+50+17+7+14+25) + 2*(3+2+3+3+2+10+7+3+5+15+20+21+14+3+4+11+17+25+14+25+12+50+20+13+10+2+1+2+5+3+4+11+15+2+1+12) + 4 * (1+3+5+1+2+6+3 +5+4+1+1+1+2+2+4+5+6)) / 12538 = 1145 + 2 * 370 + 4*52 = 2093 / 12538 = 5,990444$$

,  
 « » 2018 . (30 )  
 6.

(1) :

$$= (5+6+12+3+4+17+18+14+2+3+5+9+11+17+5+3+17+52+4+7+8+6+3+8+5+11+7+12+10+4+2) + 2*(1+2+3+3+4+3+2+3+6+5+3+7+3+7+8+9+3+4+5+7+6+3+2+3+6+4+1+2+4+1+3) + 4*(2+3+1+3+4+1+9+2+1+4) / 453 = (290+2*123+4*30) / 453 = 1,45.$$

(1) « » :

$$= (1+2+1+4+1+3+1+2+4+7+25+5+3+6+8+2+1+2+3+4+1+2+1+4+1+2+3+5+4+3+2) + 2 * (1+3+1+3+4+2+3+1+2+3+4+7+1+2+3+4+1+2+3+1+3+4+1+2+4+2+1+1+1+1) + 4 * (1+2+1+4+1+1+1+3+1+1+1+1+4+1+1+3+2) / 11388 = 0,33$$

« » ,

,

$$= (1+1+1+3+2+1+2+3+1+2) + 2 * (1+1+1+3) + 4 * (1+1+1+4) / 2498 = 57/2498 = 0,02.$$

,

, 6.

« », 1,45. Twitter « » , , ,

« » 0,33.

« », 0,02,

.

( 2). ,

8 .

= ( /

/ ) 100 (2)

1 :

$$= (19+2*3+4*1) / 12538 * 100 = 0,2313$$

1 :

$$= (5+2*1+4*2) / 453 * 100 = 3,31.$$

« »:

$$= (1+2*1+4*1) / 11388 * 100 = 0,0615$$

« »:

$$= (1+2*1+4*1) / 2498 * 100 = 0,028$$

,

, -

.

««

»»

.

« »,

.

3.

$$= ( \quad / \quad ) * 100 \quad (3)$$

,

.

,

««

»»

1

,

1 :

$$= (19+2*3+4*1) / 12538 * 100 = 0,2313$$

1 :

$$= (5+2*1+4*2) / 453 * 100 = 3,31.$$

« »:

$$= (1+2*1+4*1) / 11388 * 100 = 0,0615$$

« »:

$$= (1+2*1+4*1) / 2498 * 100 = 0,028$$

,

«

»,

« », «»  
 »»

«MathCad»,

( d

$T_p$ ):

$>0$ ;  $<$  ;  $>1$ ;  $>0$

:

$$= 48936/14184 = 3,45$$

:

$$P = \frac{ИД - 1}{n} * 100\%$$

$$P = \frac{3,45 - 1}{3} * 100\% = 81,0\%$$

81 %,

$$Ток = t_{\square} \frac{чтс_{\square}}{чтс_{\square} - чтс_{\square}}$$

$$Ток = 1 - \frac{4903}{15505 + 4963} = 0,24$$

0,24 .

> 0; < ; > 1; > 0 , :

,

,

.

·  
:  
;  
;  
( );  
;  
, ;  
;  
; « » .  
:  
- ;  
- ;  
- ;  
- .  
—  
·  
, ,  
,  
,  
,  
·  
· ,

« »; « »; « »; « »; « Twitter»; « »

» .

- ;  
- ;  
- ( ).

« » .  
,  
1000 ,  
2 ,  
5 .

« »

,

.

1. . . . : / //.  
[ .]: , 2012. – . 488.
2. . . . :  
/ . . // , 2013. - 7. – . 23.
3. . . . / . . //  
, 2014. - 2. – . 12.
4. ., ., . .  
. – ∴ , 2011.
5. . / . . . . –  
∴ , 2011. – . 107.
6. . . . : ,  
, .  
. / . . — ∴ \_\_\_\_\_, 2010. – . 411.
7. . : / . . – ∴ ,  
2014. – . 87.
8. . . . - ∴  
, 2011.
9. . . . « . . », ,  
. - / . .  
. - ∴ , 2010. - . 17.
10. . ., . . . .  
. - ∴ , 2011.
11. . / . //  
, 2014. - 34. – . 50.
12. . .  
// . // , 2015. -  
12. – . 14.

13. . . . . « »:  
 / . // ,2014. - 34. - .23.
14. - . . . . - . :  
,2010.
15. . . . . . 3- , . . / . .  
 - . : - ,2014. - .23.
16. . . . . . 4- . / . .  
. - . : ,2014. - .74.
17. . . . . - . : ,2014.
18. . . . . - . : ,2011.
19. . . . . - . : ,2011.
20. . . . .  
 : ADT / . // ,  
2014. - 23. - .
21. . . . . - . : « » ,  
2014.
22. . . . . 2- . . / .  
. - . : ,2013. - .52.
23. . . . . : ,  
. . 6- . / . . -  
. : ,2015. - .346.
24. . . , . . . . :
25. . . . . : / .  
// ,2012. - 12. - .34.
26. . BTL - / . //  
,2014. - 15. - .17.
27. . . . . /  
. . // ,2014. - 2. - .13.

28. . / . . - .: TPS,  
2014. - . 90.

:

29. [ ] — URL: <http://www.rosipoteka.ru>.

30. [ ] — URL: <http://www.cbr.ru>.

31. « » [ ] — URL: [www.trust.ru](http://www.trust.ru).

32. . - [ ] . -  
: [akarussia.ru](http://www.akarussia.ru) 02.05.2018.

33. <http://www.startmarketing.ru/media/tv> 02.05.2018.