

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
1 АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	5
1.1 Особенности становления и развития маркетинга в России	5
1.2 Понятие и сущность комплекса маркетинга	9
1.3 Организация маркетинговой деятельности в компании	20
2 ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МАГНИТ»	33
2.1 Общая организационно-экономическая характеристика ОАО «Магнит»	33
2.2 Исследование рынка потребительских товаров	43
2.3 Характеристика потребителей и конкурентов ОАО «Магнит»	54
3 РАЗРАБОТКА ПУТЕЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МАГНИТ»	65
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	73
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	78