

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/vkr/257328>

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Реклама и PR

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1 Макроэкономические и микроэкономические факторы, влияющие на кабельную промышленность

1.1 Аналитика экономического рынка в России

1.2 Макроэкономическое и микроэкономическое воздействие на предприятия кабельной промышленности России

1.3 Влияние экономического рынка России на АО «СКК»

Выводы

ГЛАВА 2 Изучение и анализ эффективности маркетинговых инструментов в АО «СКК»

2.1 Изучение маркетинговой стратегии на предприятии АО «СКК»

2.2 Изучение и анализ маркетинговых стратегий у конкурентов

2.3 Анализ и оценка эффективности при изучении маркетинга на предприятиях кабельной промышленности

Выводы

ГЛАВА 3

3.1 Изучение и анализ эффективности маркетинговых инструментов в АО «СКК»

3.2 Разработка актуальной маркетинговой стратегии для АО «СКК»

Внедрение новой стратегии и расчет ее эффективности

Выводы

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 99

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 102

ПРИЛОЖЕНИЕ 110

Введение

Актуальность исследования. Одной из стратегических задач развития российской экономики на современном этапе является повышение конкурентоспособности промышленных предприятий разных отраслей. Важным фактором решения этой проблемы является достижение эффективного системного менеджерского подхода к обеспеченности конкурентоспособности компаний. Это может давать им устойчивые конкурентные преимущества на рынке. Налаженное взаимодействие всех участников процесса производства товаров, продвижение их на рынки сбыта с учетом совокупности всех внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность предприятия, являются основополагающими факторами успешного развития предприятия и повышения его конкурентоспособности. Важно отметить, что, несмотря на значительную роль государства в стабилизации экономической ситуации в стране, создание механизмов защиты отечественных товаропроизводителей будет иметь решающее значение для повышения конкурентоспособности отдельных предприятий. Российская промышленность.

Таким образом, актуальность темы исследования объясняется дискуссионностью подходов к изучению использования технологий PR и маркетинговых продвижений с целью обеспечения конкурентоспособности в кабельном холдинге. Автор работы рассматривает системный подход к контролю конкурентоспособности на примере кабельного промышленного предприятия России – ОАО «СКК». Его главные свойства, в том числе уровень износа главных средств, соответствуют среднестатистическому состоянию промышленных компаний России. Выбор компании кабельной индустрии в качестве объекта исследования очень содержателен, так как его продукция пользуется спросом во многих отраслях экономики и обширно употребляется в производственном цикле остальных компаний для производства конечного продукта с добавленной стоимостью. Таким образом, результаты научно-исследовательской работы, проведенной в рамках диссертации, могут быть переданы другим промышленным предприятиям России.

Очевидно, актуальность исследования темы обусловлена отсутствием достаточного числа необходимых работ по эффективности технологий PR и маркетинговых продвижений в соответствии с направлениями и спецификой конкретного предприятия.

Степень разработанности проблемы. Современная научная литература содержит большое количество работ

по проблемам организации управления разными аспектами деятельности промышленных предприятий, в том числе обеспечения конкурентоспособности. Среди российских и зарубежных исследователей М. Портер, И. Ансофф, А.П. Градов, Виханский А.С., Ильин А.И. и другие, исследовавшие проблему конкурентных преимуществ фирм в сфере материального производства и торговли. Проблемы планирования и управления на предприятиях связаны с работами таких ученых и специалистов как Виханский А.С., Ильин А.И., Мильнер Б.З., П.Ф. Друкер, Дж. Стрикленд и др.

В последнее время подготовлен ряд базовых трудов по проблемам функционирования русских компаний в рыночной среде, это работы Г.Б. Кляйнер, Р.М. Качалова, В.Л. Макарова, А.Е. Варшавский, В.Л. Тамбовцы и другие авторы. Вместе с тем, анализ предварительных исследований показал, что проблематика системного управления конкурентоспособностью промышленных предприятий в части выявления и учета влияния различных региональных факторов, формирования специализированных органов управления конкурентоспособностью и ряда других. Эта работа направлена на решение этих вопросов.

Объект исследования. Объектом исследования данной работы выступает АО «СКК».

Предмет исследования. Предметом в данном случае является исследование технологий PR и инструментов маркетинговых продвижений в Кабельном холдинге на примере АО «СКК».

Цель работы. В качестве цели предпринятого нами исследования мы выбрали главную задачу, состоящую в комплексном рассмотрении анализа рынка кабельной промышленности в России и изучения маркетинговых инструментов, используемых для продвижения на кабельном холдинге.

Задачи:

1. проанализировать состояние экономического рынка в России и оценить его влияние на макроэкономическое и микроэкономическое воздействие на предприятия кабельной промышленности России;
2. исследовать технологии PR и маркетинговые инструменты, используемые для продвижения на АО «СКК»;
3. оформить рекомендации по совершенствованию существующих методов при оценке профессиональных рисков персонала предприятия;
4. разработать актуальную маркетинговую стратегию для АО «СКК»;
5. рассчитать эффективность маркетинговой стратегии для АО «СКК».

Теоретическая значимость исследования. Состоит в попытке обобщить теоретические позиции отечественных и зарубежных авторов по проблеме технологий PR и маркетинговые инструменты, используемые для продвижения на кабельном холдинге.

Практическая значимость. Практические результаты данной работы возможно использовать в научной, учебной и производственной деятельности для корректировки научно-практических методов при исследовании проблемы технологий PR и маркетинговые инструменты, используемые для продвижения на кабельном холдинге.

Гипотеза исследования. В качестве гипотезы исследования рассматривается идея о том, что проблема применения технологий PR и маркетинговых инструментов, используемых для продвижения на кабельном холдинге, имеет свои преимущества и недостатки.

Методы исследования:

- теоретические: научное описание, анализ литературы, синтез, обобщение, классификация и сравнение;
- эмпирические: научно-практический анализ;
- статистические: качественный и количественный анализ полученных результатов исследования.

Эмпирическая база исследования: Аналитические материалы, нормативные документы.

Новизна исследования. Новизна данной работы состоит в том, что впервые предпринята комплексная попытка анализа эффективности применения технологий PR и маркетинговых инструментов, используемых для продвижения на кабельном холдинге.

Автор предполагает, что в результате исследования найдет подтверждение версия об эффективности применения технологий PR и маркетинговых инструментов, используемых для продвижения на кабельном холдинге.

Апробация работы. Результаты данной работы докладывались в рамках научных конференций.

Структура работы. В структурном отношении магистерская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

Библиографический список включает 73 источника.

1.1 Аналитика экономического рынка в России

Согласно институциональной модели экономики, в России осуществляется модернизация естественных монополий, реформируется бюджетное законодательство и т.д. Правительство отказалось от определения явных отраслевых приоритетов. Этот отказ связан с особенностями современного этапа технологического развития, когда практически очень сложно априорно определить перспективные сектора и соответственно в административном порядке предоставлять им финансовые ресурсы. В то же время, важной задачей ставится диверсификация производства и экспорта, ускоренное развитие секторов «новой экономики» [4, С. 132-137].

Современная Россия заинтересована в расширении своего экономического влияния на пространстве СНГ, поэтому она инициирует образование здесь локальных интеграционных сегментов с более высоким уровнем интеграции. Существует таможенный союз, в который вошли Россия, Беларусь, Казахстан и Кыргызстан. Эти же страны сформировали организацию «ЕврАзЭС» – Евразийский экономический союз. В настоящее время в России формируется экономическая модель, основывающаяся на знаниях, интеллектуальном потенциале [6, С. 243-252].

Согласно «Прогнозу социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2036 года» развитие основывается на трех фундаментальных факторах.

Первый фактор – усиление глобальной конкуренции, которая охватывала бы рынки не только товаров, но и капиталов, технологий, рабочей силы. Следует преодолеть зависимость России от топливно-энергетической составляющей в структуре производства и экспорта, диверсифицировать экономику.

Второй фактор – рост роли человеческого капитала в социально-экономическом развитии. Необходимо резко повысить производительность труда.

Третий фактор – наращивание мощностей для выпуска товаров, характеризующихся высоким технологическим уровнем. Концепция определяет стратегическую цель превращения России в одного из глобальных лидеров мировой экономики, выход ее на уровень социально-экономического развития высоко индустриальных государств. Прогнозируется, что к 2036 году Россия должна войти в тройку ведущих стран мира по экономической мощи [9, С. 324-330].

Промышленность – важная составная часть хозяйственного комплекса Российской Федерации, ведущая роль которой определяется тем, что она обеспечивает все отрасли экономики орудиями труда и новыми материалами, служит наиболее активным фактором научно-технического прогресса и расширенного воспроизводства в целом. Среди других отраслей хозяйства промышленность отличается комплексными и районообразующими функциями [34].

Отраслевая структура промышленности современной России характеризуется:

1. преобладанием отраслей по добыче и первичной переработке топлива и сырья;
2. низкой долей верхних, наиболее сложных в техническом отношении производств;
3. низкой долей легкой промышленности и других отраслей, ориентированных на непосредственные нужды населения;
4. высоким удельным весом отраслей военно-промышленного комплекса [8].

Последние годы развитие экономики было осложнено общими мировыми тенденциями, связанными с экономическим кризисом, вызванным пандемией, а также укреплением санкционной политики Евросоюза. В 2021 году экономике России удалось в целом отойти от рецессии, вызванной пандемией прошлых лет. По итогам прошлого года, объем ВВП нашего государства увеличился на 4,5%, уровень безработицы при этом наблюдается ниже докризисного уровня, бюджет характеризует профицит, а реальные доходы граждан стали постепенно расти. Такое восстановление показателей эксперты объясняют спецификой структуры российской экономики, а также предпринятыми властью мерами по поддержке промышленности, экономики и населения.

Среди самых серьезных вызовов по итогам 2021 года специалисты называют шестилетний рекордный рост инфляции. Власти связывают резкий рост инфляции с мировым повышением цен.

Тенденция на повышение идет с 2017 года и ускорилась в последние годы. С другой стороны, на это наложились ослабление рубля. Такая комбинация является проинфляционной.

Безусловно, инфляция выше целевого уровня. Но если сравнивать с сопоставимыми по важности событиями в прошлом, то рост цен достаточно умеренный. Показательно сравнение с концом 2014–2015 годов — тогда масштаб проблем, с которыми столкнулась российская экономика, был сопоставим, но инфляция была

гораздо выше. Большую часть своей истории постсоветская Россия живет в условиях высокой инфляции. Цены на нефть и газ после обвала в пандемию 2020 года обновили максимумы. В конце декабря стоимость тысячи кубометров газа в Европе впервые превысила 2000 долларов, а осенью цена нефти марки Brent превысила 80 долларов. Федеральный бюджет с января по сентябрь получил профицит 1,4 триллиона рублей, однако это не укрепило рубль и не улучшило благополучие граждан.

Нефтегазовые сверхдоходы традиционно идут в Фонд национального благосостояния (ФНБ). В октябре его объем достиг рекордных 13,9 триллиона рублей, или \$197 миллиардов. Правительство рассчитывает, что энергетические доходы продолжат расти, и в 2024 году объем ФНБ увеличится почти вдвое.

На этом фоне руководством страны было решено выделить из фонда около \$35 миллиардов на инфраструктурные проекты — в том числе на строительство завода по переработке газа. Однако, по информации агентства Bloomberg, дальнейшие расходы президент поручил ограничить. Издание утверждает, что на социальное обеспечение средства планируют выделять «умеренно».

Такого экстраординарного роста цен на сырье никто не ожидал.

Прогнозы в начале года были гораздо более консервативны. В этом году рынок был дефицитным и спрос превышал предложение, и это приводило к тому, что запасы нефти в мире глобально снижались. В следующем году так не будет, потому что соглашение ОПЕК+ в первом полугодии истечет, и вся добыча, которая была сокращена в его рамках, будет возвращена на рынок.

Для России высокие цены на нефть и газ означают приток валюты и дополнительную прибыль для сырьевых компаний.

Первый фактор связан с «геополитической проблемой» - ситуация с Украиной и так далее. Иностранные инвесторы пересмотрели риски и в последние месяцы уходят из российских активов. Второй связан с тем, что российские крупные компании-экспортеры придерживали валюту и пытались сохранить ее у себя, а не продавать на рынке.

Общая ситуация в мировой экономике влияла на экономику России и стран СНГ и, безусловно, на результаты работы кабельной промышленности. Темп роста мировой экономики в 2021 году достиг минимума и составил 3,1 %, причём рост обеспечен за счёт роста экономики Китая, Индии и США, хотя и в этих странах произошло снижение темпа роста. На рост торговли и инвестиций в промышленности, кроме пандемии, сказался и торговый конфликт, скорее торговая война, США и Китая.

Основные показатели социально-экономического развития России за последние 6 лет приведены можно посмотреть в Приложении 1 к данной работе.

Общая ситуация не могла не сказаться и будет сказываться в дальнейшем и на российской кабельной промышленности. В 2021 году в отечественной кабельной промышленности проводилась активная и в большинстве случаев высокоэффективная работа по целому ряду направлений. Прежде всего, следует выделить работу по импортозамещению. В России доля импортируемой кабельной продукции относительно невелика и мало изменилась в связи с введением санкций США и Евросоюза. Однако в части материалов для производства кабелей и проводов этого сказать нельзя. Речь идёт о сшиваемом полиэтилене, пожаробезопасных композициях полиолефинов и т.д. Поэтому задача импортозамещения по отношению к ряду изоляционных и защитных материалов является по-прежнему актуальной. В 2019 году удалось существенно увеличить производство сшиваемого полиэтилена для производства кабелей среднего напряжения в компании «Лидер-компаунд». Из общего объёма потребления такого материала для выпуска кабелей на напряжение до 35 кВ в России примерно 33 % уже составил компаунд отечественного производства. Что касается электропроводящих композиций для экранирования кабелей среднего напряжения, то этот процент значительно выше и составляет около 75 %. Изготовлены первые партии электроизоляционных компаундов и электропроводящих композиций для производства кабелей высокого напряжения (110–220 кВ).

В последние годы возросли требования к кабельным изделиям, применяемым на атомных электростанциях (АЭС). Это было обусловлено пересмотром МАГАТЭ норм и правил безопасности при проектировании и эксплуатации АЭС после аварии на АЭС «Фукусима» в Японии. Учитывая это, «Росатом» для АЭС нового поколения с реакторными установками повышенной долговечности установил требования к кабелям для цепей контроля систем управления и питания по назначенному сроку службы 60 лет.

Среди достижений отечественной кабельной промышленности можно выделить завершение разработки, проведение типовых и предквалификационных испытаний и освоение производства силовых кабелей с изоляцией из сшитого полиэтилена на напряжение 550 кВ.

Особое место занимает работа в области стандартизации кабельной продукции. Хотя государственные стандарты в России являются добровольными стандартами в соответствии с Федеральным законом «О

техническом регулировании», они сохраняют свое значение для обеспечения качества продукции, выпускаемой в соответствии с технической документацией предприятий. Стандарты, разрабатываемые в настоящее время в рамках международной стандартизации, отражают общие технические требования, некоторые из которых затем включаются в технические регламенты как обязательные для исполнения. В 2019 году Всероссийский научно-исследовательский институт кабельной промышленности разработал новый национальный стандарт ГОСТ 839-2019 «Провода неизолированные для воздушных линий электропередач. Технические характеристики» [2]. В новом стандарте предусмотрены важные изменения и дополнения: принят согласованный ряд токопроводящих сечений, введены дополнительные марки однородных (выполненных из одного материала) проводов из алюминиевого сплава системы алюминий-кремний-магний, в стандарт введены новые марки сталеалюминиевых проводов при рабочих температурах 150–230 °С. и т.д. Стандарт включает сталеалюминиевые проволоки с сердечником из стальных проволок с алюминиевым покрытием. Указаны допустимые температуры кабелей при эксплуатации в течение всего срока службы и при аварийной эксплуатации.

ВНИИ кабельной промышленности разработал новый национальный стандарт ГОСТ Р 58342-2019, который содержит комплекс дополнительных требований к силовым и контрольным кабелям, реализация которых существенно повышает безопасность эксплуатации оборудования и кабельных сетей при эксплуатации во взрывоопасных средах, в том числе при эксплуатации в шахтах, опасных по газу метан [3].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / Акулич М.В. - Москва: Дашков и К, 2019. - 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/85658.html> (дата обращения: 23.04.2022).
2. Анализ продаж / 20 точек контроля // [HTTPS://BLOG.OY-LI.RU/ANALIZ-PRODAZH](https://blog.oy-li.ru/analiz-prodazh/).
3. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. 122 с.
4. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. - М.: Экономика, 1999. - 703 с.
5. Барлоу_Джанелл, Меллер_Клаус. Жалоба — это подарок. Как сохранить лояльность клиентов в сложных ситуациях; Олимп-Бизнес. - Москва, 2021. - 352 с.
6. Батл_Фрэнсис. «CRM Concepts and technologies» - Москва, 2021. - 234 с.
7. Белый С., Куфтырев А. 55 способов привлечь миллион клиентов; Питер - Москва, 2021. - 354 с.
8. Бэйкел_Роберт. Сервис. Сценарии и техники обслуживания клиентов на высшем уровне; Гиппо - Москва, 2020. - 288 с.
9. Весь рекламный рынок России [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://alladvertising.ru/info/bbdo_moscow.html. - (дата обращения: 20.03.2022).
10. Гличев А.В. Основы управления качеством продукции. - М.: РИА Стандарты и качество, 2001.
11. Голубков Е.П. Основы маркетинга. - М.: Финпресс, 1999. - 656 с.
12. Гринберг_Пол. С_Р_М со скоростью света. Привлечение и удержание клиентов в реальном времени через Интернет; Символ-Плюс - М, 2021. - 530 с.
13. Горобец А.Н., Гук Д.А., Носков И.Н., Овсиенко В.Л., Хорьков А.В., Шувалов М.Ю. Разработка, освоение производства и испытание отечественного кабеля на максимальное напряжение 550 кВ // Кабели и провода. - 2019. - № 2 (376). - С. 3-10.
14. ГОСТ Р 58342-2019. Кабели силовые и контрольные для применения в электроустановках во взрывоопасных средах. Общие технические условия. - М.: Стандартиформ, 2019. - 27 с.
15. Дихтиль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. - М.: Высшая школа, 1996. - 255с.
16. Душкина, М. Р. PR и продвижение в маркетинге [Текст]: коммуникации и воздействие, технологии и психология: учебное пособие по специальности «Связи с общественностью» / М. Р. Душкина. - Москва [и др.]: Питер, 2010. - 560 с.
17. Елфимова_И. Ф. Контроллинг логистических процессов [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Елфимова И.Ф., Щеголева Т.В. - Электрон. текстовые данные. - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021. -172 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/108299.html>.— ЭБС «IPRbooks» (дата обращения 13.05.2022)/
18. Завьялова_Ж.; Моисеев_А. Сервисное обслуживание клиентов в торговом зале. Специализированный бизнес-тренинг; СПб: Речь - Москва, 2019. - 160 с.
19. Имшинецкая_И. Фабрика клиентов. Обучающая модель маркетинга; Феникс - Москва, 2020. - 192 с.
20. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М.

- Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под редакцией И. М. Синяева. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 504 с. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>. – (дата обращения: 25.04.2022).
21. Интерактивный музей Cabex, Итоги работы кабельной промышленности России и СНГ в 2020 году. Максим Третьяков (АЭК) #Cabex? 2021. <https://cabex.ruscable.ru/archives/3947/>
22. Информационная основа управленческих решений по маркетинговым инновациям // https://bstudy.net/747419/ekonomika/informatsionnaya_osnova_upravlencheskihresheniy_marketingovym_innovatsiyam
23. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами в электронной коммерции: метод. указания к лаб. занятиям по дисциплине «Клиентоориентированные системы» / А.А. Крюкова. — Самара: Изд-во ПГУТИ, 2013 — 138 с.
24. Каплунов_Денис._Контент,_маркетинг_и_рок-н-ролл. Книга_для покорения_клиентов_в_интернете; Манн, Иванов и Фербер - Москва, 2021. - 356 с.
25. Кейтс_Билл._Расскажите_обо_мне!_Испытанные_приемы_привлечения_новых_клиентов // Альпина Паблишер, Юрайт - Москва, 2020. - 160 с.
26. Кеннеди_Дэн. Умный маркетинг в жесткие времена. Как привлечь максимум хороших клиентов, используя минимальные ресурсы; Манн, Иванов и Фербер - Москва, 2019. - 208 с.
27. Киреева_Анна. 101 совет по работе с клиентами; Альпина Паблишер - Москва, 2021. - 739 с.
28. Кириллова Л.К. Анализ и прогнозирование сбыта /Учеб. пособие. – С.: СГЭА, 2001. – 154 с.
29. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1997. – 176 с.
30. Козлов В.К., Уварова С.А. Коммерческая деятельность предприятий. Стратегия, организация, управление. – С-Пб.: Политехника, 2000. – 322 с.
31. Котлер, Ф. Основы маркетинга. – М., 2002. – 269 с.
32. Лопарев В.В. О новом ГОСТ 839–2019 «Провода неизолированные для воздушных линий электропередачи. Технические условия» // Кабели и провода. – 2020. – № 1 (381). – С. 21.
33. Манн_Игорь, Турусина_Анна. Возвращенцы. Маркетинг возвращения. Как вернуть потерянных клиентов; Манн, Иванов и Фербер - Москва, 2021. - 126 с.
34. Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики: монография / Е.Д. Щетинина [и др.]. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 192 с. — ISBN 978-5-361-00864-3. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110209.html> (дата обращения: 23.04.2022).
35. Мещанов, В. О мировой и российской кабельной промышленности // <https://www.vniikp.ru/press/press/vitalij-meshanov-o-mirovoj-i-rossijskoj-kabelnoj-promyshlennosti/>
36. Митчелл_Джек. Обнимите своих клиентов. Практика выдающегося обслуживания; Манн, Иванов и Фербер - Москва, 2021. - 871 с.
37. Морозов_Е. М. CRM-системы как средство автоматизации взаимодействия с клиентами // Современные научные исследования и инновации. - 2015. - № 3.
38. Мрочковский_Н., Тришин_М. Генератор новых клиентов. 99 способов массового привлечения покупателей; Питер - Москва, 2021. - 224 с.
39. Мякинченко_Е. Б., Нечаев_В. И., Дидур М. Д., Ионова Л. Л., Алимова О. В. Диагностика состояния клиентов в фитнес/велнес-клубе; ТВТ Дивизион - Москва, 2021. - 248 с.
40. Носова_Н. С. Лояльность клиентов, или Как удержать старых и привлечь новых клиентов; Дашков и Ко, Анлейс - Москва, 2021. - 192 с.
41. Открытая аналитика Delovoy Profil «Альтернативная энергетика: перспективы развития рынка ВИЭ в России» // <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/alternativnaya-energetika-perspektivy-razvitiya-rynka>
42. Отраслевое СМИ Ruscable.ru, «Перемены в отрасли. Итоги 77-го Общего собрания членов НП «Ассоциация «Электрокабель». <https://www.ruscable.ru/article/aek77/>
43. Панова_А. К. Планирование и эффективная организация продаж [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Панова А.К.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021.— 190 с.—Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/102276.html>.— ЭБС «IPRbooks» (дата обращения 13.05.2022)
44. Парабеллум_А., Мрочковский_Н., Калаев_В. Социальные сети. Источники новых клиентов для бизнеса; Питер - Москва, 2021. - 176 с.
45. Паркер_Джеймс._Поступай_правильно!_Как_преданность_работников_приносит_прибыль_и_постоянных_клиентов; Символ-Плюс - , 2021. - 240 с.
46. Пейн_Эдриан. Руководство по C_R_M. Путь к совершенствованию менеджмента клиентов; Гревцов Паблишер - Москва, 2021. - 384 с.

47. Петрова_Светлана. Как привлечь клиентов в салон красоты. Практическое руководство; ТрансЛит - Москва, 2021. - 160 с.
48. Порт_Майкл. Нет_отбоя_от_клиентов. Простая и надежна_система привлечения_клиентов, даже если вы_ненавидите_продавать; Манн, Иванов и Фербер - Москва, 2019. - 504 с.
49. Презентация Ассоциации НП «Электрокабель»: «Итоги работы кабельной промышленности России и стран СНГ в 2020 году и прогноз на 2021–2022 годы» // https://www.ruscable.ru/uploads/file/tretyakov_itogi_2020.pdf
50. Прогноз развития кабельного рынка от завода Эксперт-кабель: <https://expert-cable.ru/info/expert-analitika/prognoz-razvitiya-kabelnogo-rynka/>
51. Райхельд_Фред, Марки_Роб. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь; Манн, Иванов и Фербер - Москва, 2021. - 352 с.
52. Рекхем_Нил. Стратегия работы с клиентами в больших продажах; М.: HIPPO - Москва, 2021. - 314 с.
53. Свиридова_Е. В. Анализ мирового рынка CRM-систем, перспективы его развития, тренды на российском рынке // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-mirovogo-rynka-crm-sistem-perspektivy-ego-razvitiya-trendy-na-rossiyskom-rynke> (дата обращения: 12.05.2022).
54. Смирнов_В. Прибыльная контекстная реклама. Быстрый способ привлечения клиентов с помощью Яндекс.Директа; Манн, Иванов и Фербер - Москва, 2021. - 872 с.
55. Стаут_Рекс. И быть подлецом. Слишком много клиентов; Интерграф Сервис - Москва, 2021. - 288 с.
56. Стелзнер_Майкл. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета; Манн, Иванов и Фербер - Москва, 2021. - 288 с.
57. Улыбин_К.А.; Андрюшина_И.С.; Харисова_Н.Л. Брокер и биржа. Пособие для брокеров и их клиентов; М.: Информбизнес - Москва, 2021. - 240 с.
58. Управление взаимоотношениями с клиентами; Юнайтед Пресс - Москва, 2020. - 192 с.
59. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_75554/3e82feb052a80e2dc03247fbca682fb489ec8e42/#dst100064. - (дата обращения: 12.05.2022).
60. Финлей_Стивен. Управление потребительским кредитованием. Как банкам_привлечь_клиентов и при этом_не потерять_на плохих кредитах; Гревцов Букс - Москва, 2021. - 328 с.
61. Фокс_Джеффри. Как стать волшебником продаж. Правила привлечения и удержания клиентов; Альпина Паблишер - Москва, 2021. - 164 с.
62. Халлиган_Брайан, Шах Дхармеш. Маркетинг в Интернете. Как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов; Диалектика - Москва, 2020. - 256 с.
63. Хеппелл_Майкл. Пятизвездочный сервис. Как произвести на ваших клиентов волшебное впечатление, благодаря которому вас запомнят и захотят обратиться вновь; Баланс Бизнес Букс - Москва, 2021. - 160 с.
64. Христосенко_М. Бизнес-сайт. Как найти клиентов и увеличить продажи; Питер - Москва, 2019. - 176 с.
65. Чевертон_Питер. Почему вы не можете определить своих стратегически важных клиентов?; ФАИР-ПРЕСС -, 2020. - 144 с.
66. Черкашин_Павел. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM); Бином. Лаборатория знаний, Интернет-университет информационных технологий - Москва, 2020. - 376 с.
67. Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва: Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983>
68. Шуремов_Е. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами; 1С-Паблишинг - Москва, 2021. - 862 с.
69. Эффективные методы привлечения и удержания клиентов. - 15 октября 2020 // <https://blog.likecentre.ru/marketing/effektivnye-metody-privlecheniya-i-uderzhaniya-klientov>. <https://www.samaracable.ru/>
70. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г.В. Загребельный [и др.].— Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93031.html> (дата обращения: 23.03.2022).
71. https://www.ruscable.ru/article/kabelnaya_promyshlennost_rossii_2019_ito/
72. <https://konkurent.ru/article/38029>
73. <https://markakachestva.ru/best-brands/3500-luchshie-proizvoditeli-kabelja.html>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/vkr/257328>