

Трудовое законодательство нуждается в четкой правовой регламентации каждого вида нетипичной занятости и определения их критериев.

УДК 659.1

## **АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ООО «МОЛТОРГ»)**

О. А. Попова<sup>1</sup>

Научный руководитель: И. А. Григорьянц, к.э.н., доцент

Ключевые слова: рекламная деятельность, анализ, стимулирование

Объектом исследования рекламной деятельности выступила Компания ООО «Молторг», которая занимается производством натуральных молочных продуктов. Бренд «Пестровка» принадлежит Компании ООО «Молторг».

В процессе проведения анализа рекламной деятельности были установлены следующие факты.

Исследованное предприятие принимает активное участие в профильных выставках, которые обеспечивают вступление фирм в тесный контакт со своими рынками. ООО «Молторг» принимает участие в ежегодных выставках продуктов питания, где представляет не только ассортимент своих товаров, но и новые разработки в области молочных продуктов.

Из всего многообразия видов наружной рекламы ООО «Молторг» для своего продвижения использует различные рекламные щиты, фирменные вывески, а также газеты.

Стимулирование, направленное на покупателей, заключается в предложении последним ощутимой коммерческой выгоды, которая побуждает их приобретать товары систематически и в больших количествах. Для этого предприятие ООО Компания «Молторг» использует систему поощрения оптовых покупателей, на каждую оплаченную тысячу покупатель получает один чек.

Основная же часть средств, выделенных на маркетинг, расходуется на стимулирование сбыта.

---

<sup>1</sup> Ольга Андреевна Попова, студентка группы 7423-380302D, email: olaandreeva82@gmail.com