

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://studservis.ru/gotovye->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Менеджмент

Оглавление

Введение 6

Глава I. Фитнес-студия «Актив» 8

1.1. Концепция создания фитнес-студии 8

1.2. Услуги фитнес-студии 8

1.3. Целевая аудитория 10

1.4. PEST-анализ 11

Глава II. Проект фитнес-студии «Актив» 13

2.1. Стратегия развития 13

2.2. Краткое описание проекта 18

2.3. Продвижение 20

Глава III. Техническое обеспечение реализации проекта 22

3.1. График реализации проекта 22

3.2. План обеспечения ресурсами 22

3.3. Методы контроля качества оказания услуг 23

4. Общий объем финансирования проекта и оценка ожидаемых результатов 24

Заключение 30

Список используемой литературы 31

Введение

В современных условиях создание нового предприятия в любом рыночном сегменте – сложный и достаточно рискованный шаг. Высокий уровень конкуренции, изменчивость потребительского поведения, нестабильность социально-экономической обстановки в мире и в стране обуславливают необходимость серьезной подготовки и анализа перед принятием решения о стартапе. В данном аспекте самое лучшее решение – разработка бизнес-плана или проекта.

Именно применение данного инструмента позволяет предпринимателю сформировать полное видение процесса создания нового предприятия или направления, обозначить последовательность необходимых операций, потребность в кадровых, финансовых и иных ресурсах, выявить риски и обозначить способы их устранения или минимизации. Таким образом, разработка проекта нового предприятия – актуальная и важная задача, решать которую должен уметь каждый менеджер и предприниматель, что обосновывает актуальность темы исследования.

Цель данной работы – разработка проекта создания фитнес студии в Санкт-Петербург.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- разработать концепцию создания фитнес-студии;
- определить идею и позиционирование фитнес-студии;
- определить целевую аудиторию;
- определить услуги фитнес-студии;
- представить PEST-анализ;
- разработать стратегию развития фитнес-студии;
- представить краткое описание задачи, на решение которой направлен проект;
- представить техническое обеспечение реализации проекта;
- разработать общий объем финансирования проекта и оценка ожидаемых результатов.

Объектом исследования является фитнес-студия.

Предметом исследования выступает проект по созданию стартапа.

Методы исследования:

- анализ и синтез,
- комплексный и сравнительный анализ,
- моделирование и прогнозирование,
- математические методы.

Глава I. Фитнес-студия «Актив»

1.1. Концепция создания фитнес-студии

Идея создания фитнес-студии «Актив» - предоставление возможности для женщин и мужчин сохранить и укрепить свое здоровье благодаря грамотному подходу к тренировочной программе и тренеру. Такая фитнес-студия предоставляет идеальный вариант, когда необходимо добиться максимального результата за короткий срок при отсутствии возможности тратить несколько часов на занятия в зале. В современных условиях достаточно сложно найти время для длительных тренировок. Работа, длительные перемещения, плотный график не всегда позволяют уделять достаточно времени здоровью и спорту. Именно поэтому очень важно обеспечить удобство посещения фитнес-студии с учетом вышеуказанных ограничений.

Позиционирование -данной фитнес-студии – функциональный тренинг для всех мужчин и женщин с высоким уровнем занятости. Клиент тратит минимум времени и получает максимальный эффект.

Заключение

В современных конкурентных условиях производство и вывод на рынок нового проекта - сложный и высокорискованный процесс, требующий глубокой подготовки в виде проведения маркетингового анализа, определения целевого потребителя и сегментов, расчет ценовой архитектуры с учетом планируемой дистрибуции, разработку программы продвижения и составление бюджета.

В данном проекте представлен новой фитнес-студии, востребованный на рынке и соответствующий трендам спроса, что доказано анализом внешнего окружения, конкурентной среды и потребностями целевого сегмента.

Произведенный расчет экономической модели вывода проекта на рынок и его продвижения позволяет определить особенности спроса на ресурсы, сформировать график реализации проекта и инвестиций, а также рассчитать экономическую эффективность и целесообразность его реализации.

Список используемой литературы

1. Агаларова Е. Г. Принципы формирования маркетинговой стратегии предприятия [Текст] / Е. Г. Агаларова, Ю. А. Дыкань // Молодой ученый. — 2013. — №12. — С. 216-218.
2. Александрова, А.В., Курашова, С.А. Стратегический менеджмент: учебник / А.В. Александрова, С.А. Курашова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.
3. Вигдорчик Е.А., Липсиц И.В. Маркетинговые стратегии для российских компаний. Учебное пособие./ Е.А. Вигдорчик, И.В. Липсиц И.В.- М.: ГУ ВШЭ, 2009.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник — М.: Гардарики, 2010.-С. 69
5. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры. Москва: Дело, 2015.
6. Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник. 2-е изд., пер. и доп. / П.И. Орлова. - М.: Дашков и К, 2016. - 288 с.
7. Пелих А.С. и др. Организация предпринимательской деятельности. М.: Март, 2016. С. 29.
8. Фальцман В.К Оценка инвестиционных проектов и предприятий. - М.:Тезис – 2019
9. Чехов А.Ю. Обусловленность устремлений: выбор и обоснование стратегий инновационного развития предприятий / Анна Юрьевна Чехова // Креативная экономика. - 2013. - № 4. - С. 67-73.
10. Шевчук Д.А. Управление качеством: Учебник. – М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2008. – С. 185
11. Шейнин Э.Я. Предпринимательство и бизнес. М.: Феникс, 2016. С. 19.

Интернет-ресурсы

12. Волкова Л. Дифференцирование и его инструменты // http://m-arket.narod.ru/S_OM/Differ.html
13. Гершун А. О миссии, видении и стратегии: Практическая классификация // <http://balanced-scorecard.ru/strategy/mission-vision>
14. Дробот А. Об азарте в бизнесе и перспективах российской фитнес-индустрии // <http://onfit.ru/persons/article12756.html>
15. Жемчугов А., Жемчугов М. Понятие стратегии. Классика и современность // <http://corpsys.ru/Articles/Strategy/Concept-of-Strategy.aspx>
16. Мухаметзянов И.А. Миссия компании – зачем и как // <http://www.mrconsulting.ru/lib/publication/?id=1>

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://studservis.ru/gotovye->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8