

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-raboty/kursovaya-rabota/247424>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Предпринимательство

Введение 3

1 Теоретические основы фирменного стиля торгового предприятия 5

1.1 Понятие фирменного стиля торгового предприятия 5

1.2 Основные элементы фирменного стиля торгового предприятия 8

1.3 Носители элементов фирменного стиля 11

2 Фирменный стиль компании «М.Видео» 12

2.1 Общая характеристика компании «М.Видео» 12

2.2 Фирменный стиль компании «М.Видео» 21

Заключение 24

Список использованных источников 25

В то время как предприниматели-новички только начинают задумываться над тем, как сделать свой бренд уникальным, как ярко выделить свой продукт на фоне остальных и запомниться покупателю, крупнейшие игроки рынка успешно используют свой хорошо продуманный и выверенный фирменный стиль, в разработку которого, порой, вложены миллионы.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что наличие фирменного стиля является неотъемлемым атрибутом любой успешной современной организации.

Присутствие фирменного стиля во всех его проявлениях в сочетании с высоким качеством оказываемых услуг создает великолепный имидж фирмы, продвигая ее на рынке, и таким образом, способствуя постоянному повышению интереса к ее деятельности, именно через фирменную символику происходит важный процесс продвижения компании.

Целью курсовой работы является анализ фирменного стиля торгового предприятия.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить понятие фирменного стиля торгового предприятия;
- рассмотреть основные элементы фирменного стиля торгового предприятия;
- проанализировать носители элементов фирменного стиля;
- дать общую характеристику компании «М.Видео»;
- рассмотреть фирменный стиль компании «М.Видео».

Проанализировав учебную литературу, можно сделать вывод, что данная тема не является достаточно изученной и требует дальнейшего рассмотрения.

Объектом курсового исследования является фирменный стиль торгового предприятия.

Предметом являются факторы, влияющие на формирование фирменного стиля торгового предприятия.

Для изучения выбранной темы, возможно использовать следующие методы: изучение и анализ научной литературы, синтез полученных данных, анализ и оценка факторов, формирующих преимущества фирменного стиля торгового предприятия.

При написании курсовой работы и выполнении поставленных целей, были использованы следующие информационные источники: нормативно – правовая база, учебная литература, периодические издания, научные статьи ведущих отечественных и зарубежных ученых и практиков, а также ресурсы Интернет.

1 Теоретические основы фирменного стиля торгового предприятия

1.1 Понятие фирменного стиля торгового предприятия

Фирменный стиль (айдентика) представляет собой органичное сочетание графических, текстовых и цветовых визуальных решений, формирующих единую концепцию бренда, которая определяет его философию и стилистику в медийном и информационном полях.

Именно фирменный стиль позволяет создать целостный и гармоничный образ бренда, обеспечить его презентабельность и повысить узнаваемость, одновременно выделив его на фоне конкурентов.

1. Аббасова О.М. Совершенствование развития предприятий малого бизнеса / О.М. Аббасова // Вестник Академии знаний. – 2020. – № 3 (38). – С. 10–14.
2. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта // И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика – 2016. – 264 с.
3. Бикметова З.М. Основные направления обеспечения финансовой безопасности предприятия / З.М. Бикметова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 6 (1) – С. 364–370
4. Досова А.А. Исследование сущности и содержания финансовой устойчивости предприятий малого бизнеса / А.А. Досова // Финансы и учетная политика. – 2020. – № 3 (18). – С. 20–25.
5. Егорова Н.Е. Модели и методы анализа устойчивости развития малых предприятий / Н.Е. Егорова // Экономика и математические методы. – 2020. – Т. 56. – № 3. – С. 79–90.
6. Кострова В.Н. Проблемы развития предприятий малого бизнеса / В.Н. Кострова // В сборнике: Молодежь и наука: шаг к успеху. Сборник научных статей 4-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок молодых ученых. В 5-ти томах. Ответственный редактор А.А. Горохов. – 2020. – С. 101–104.
7. Кочесокова М. К. Роль и значение малого и среднего бизнеса в экономическом развитии / М.К. Кочесокова // International Journal of Innovative Technologies in Economy. – 2017. – № 7. – С. 60–64
8. Мамаева М.Р. Совершенствование механизма управления финансовой устойчивостью организации малого бизнеса / М.Р. Мамаева // Стратегии бизнеса. – 2019. – № 3. – С. 139–141.
9. Михайлова Л.С. Правовое обеспечение функционирования организаций малого предпринимательства / Л.С. Михайлова // Вестник Академии знаний. – 2019. – № 3 (32). – С. 180–185.
10. Муравьева Н.Н. Специфика организации управления финансами на предприятиях малого бизнеса / Н.Н. Муравьева // Экология, экономика, право: взгляд в будущее: сб. статей по материалам науч.-практ. конференции / Волгоград: ВолГУ, – 2018. – С. 92–96.
11. Орлова Т.С. К вопросу об управлении рисками малых промышленных предприятий / Т.С. Орлова // e-FORUM. – 2020. – № 1 (10). – С. 12–24.
12. Проданова Н.А. Бухгалтерский учет на предприятиях малого бизнеса: учебное пособие для вузов / Н. А. Проданова, Е. И. Зацаринная, Е. А. Кротова, В. В. Лизяева; под редакцией Н. А. Продановой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 229 с.
13. Реснянская М.Р. Повышение финансовой безопасности субъекта малого предпринимательства / М.Р. Реснянская // Актуальные вопросы современной экономики. – 2020. – № 6. – С. 222–229.
14. Стакозов А.В. Современные российские методики финансового анализа малых предприятий / А.В. Стакозов // Вектор экономики. – 2019. – № 5 (35). – С. 103. Тарасова Н.В. Экономическая безопасность предприятий малого и среднего бизнеса / Н.В. Тарасова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 2–2 (41). – С. 58–64.
15. Тисленко Д.Р. Специфические особенности малого бизнеса в РФ / Д.Р. Тисленко // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2020. – № 3 (28). – С. 143–147.

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/gotovyie-raboty/kursovaya-rabota/247424>