

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/kurovaya-rabota/251390>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг

Введение

I. Анализ управления товарно-ассортиментной политикой ООО «Отеля»

1.1. Общая характеристика ООО «Отеля»

1.2. Анализ рыночной среды ООО «Отеля»

1.2.1. Анализ макросреды

1.2.2. Анализ микросреды

1.3. Анализ комплекса маркетинга ООО «Отеля»

1.4. Анализ товарной политики

1.4.1. Анализ потребности в продукции предприятия на рынке

1.4.2. Анализ товарной единицы

1.4.3. ABC-анализ ассортимента

1.5. Анализ ценовой политики

1.6. Анализ коммуникационной политики

II. Проектная часть

2.1. Теоретические аспекты управления товарно-ассортиментной политикой предприятия

2.2. Проектные мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности ООО «Отеля»

Заключение

Список используемых источников

Введение

Актуальность темы. Формирование ассортимента является важнейшей составляющей коммерческой деятельности торговой компании. Формирование ассортимента - это процесс определения набора товарных групп, типов и разновидностей, которые являются наиболее предпочтительными для успешной работы на рынке и обеспечения экономической эффективности организации. Планирование ассортимента продукции - это разумный отбор товаров для будущей продажи, а также приведение всех характеристик товаров в соответствие с требованиями потребителей.

Цель данной работы состоит в исследовании управлением товарно - ассортиментной политики в торговом на примере ООО «Отеля».

Исходя из поставленной цели в работе решены следующие задачи:

- анализ макросреды ООО «Отеля»;
- анализ микросреды ООО «Отеля»
- анализ комплекса маркетинга ООО «Отеля»
- анализ потребности в продукции предприятия на рынке ООО «Отеля»;
- анализ товарной единицы ООО «Отеля»;
- ABC-анализ ассортимента ООО «Отеля»;
- анализ ценовой политики ООО «Отеля»;
- анализ коммуникационной политики ООО «Отеля».
- изучение теоретических аспектов завоевания позиций компании на рынке;
- разработка проектных мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности объекта исследования .

Объектом исследования в работе является ООО "Отеля".

Предметом исследования в работе является стратегия завоевания рынка.

В качестве источников, труды таких авторов, как: Березин, И.С. Галицкий, Е.Б. Каден, Р.Д. Каменев, Н.Г. Киреев И. были использованы.

Методы исследования, используемые в этой работе, включают методы анализа и синтеза, построения гипотез, логической оценки событий, графические и другие методы сбора и обработки информации Информационной базой исследования послужила научная литература, освещающая вопросы

стратегического развития предприятия; отчетность предприятия ООО "Отелия".

I. Анализ управления товарно-ассортиментной политикой ООО «Отелия»

1.1. Общая характеристика ООО «Отелия»

ООО "ОТЕЛИЯ" - молодая, активно развивающаяся компания на рынке обеспечения гостиничных комплексов, санаториев и пансионатов всем необходимым.

Адрес: 354054, Краснодарский край, г. Сочи, Бизнес-центр "18 Квартал", ул. Транспортная, 74/5

Наш главный принцип: "Вам будет выгодно сотрудничать с нами!" Почему это выгодно? Потому что мы предлагаем:

Разумные цены, ниже среднерыночных. Но не дешево – мы продаем качественный товар, а хорошее дешевым не бывает.

Широкий выбор. Мы стараемся подбирать ассортимент так, чтобы вы могли купить у нас все, что вам нужно, тем самым экономя время и деньги.

При необходимости мы работаем на заказ. Даже на самом большом прилавке не всегда есть именно то, что вам хотелось бы. Сделайте индивидуальную заявку, и мы учтем все ваши пожелания.

Для реализации вышеперечисленных пунктов у нас есть все, что вам нужно. Ассортимент продукции включает в себя: кровати, текстильные изделия, электрическое и сантехническое оборудование, униформу, расходные материалы и многое другое. При изготовлении на заказ вы можете выбрать материал и размеры, дизайн и нанесение логотипа. Мы работаем быстро, сроки выполнения – от 7 дней. В производстве используется экологически чистое импортное сырье и комплектующие. Вся продукция сертифицирована и полностью соответствует требованиям действующих ГОСТов.

Мы обслуживаем предприятия Южного федерального округа. И по отношению ко всем мы заинтересованы в успехе клиента. Закон партнерства требует, чтобы выгоды были взаимными. Поэтому, помимо разумных цен, широкого выбора и высокого качества продукции, мы позаботились об особых условиях для наших клиентов. Мы обеспечили гибкую ценовую политику, оптимальные условия доставки, а также регулярно объявляем о скидках и акциях. Прогрессивная система контроля качества действует для всех групп продуктов. Чтобы улучшить процесс доставки, был проведен мониторинг и разработана оптимальная схема. Одним из главных вопросов является гарантия на приобретенный товар. Даже самые качественные продукты не идеальны. Хотя мы с этим практически не сталкиваемся, но, для особых случаев, предусмотрена система замены или возврата по упрощенной процедуре.

Таким образом, в компании существуют общие корпоративные ценности, направленные на организацию единой команды и доверительные отношения, взаимопонимание и поддержку.

Список используемых источников

1. Астраханцева И., Одинцова Е. Разработка ассортиментной политики // Консультант директора. – 2021. - №23. – С. 33 –36.
2. Баутов А. Н. Формирование и расчет оптимального ассортимента при случайном спросе // Маркетинг в России и за рубежом. – 2020. - №3. – С.18 – 31.
3. Елкин С. Е. Вопросы теории управления товарным ассортиментом // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2018. – № 8. – С. 37-42.
4. Максимов С. Ассортимент: бесценное мастерство комбинирования // Модный magazin. – 2017. – № 1/2 (101). – С. 30-35.
5. Сандракова И. В. Практический подход к оценке ассортимента розничной торговой сети // Практический маркетинг. – 2017. – № 3. – С. 31-35.
6. Сергеев И. В., Экономика предприятия. Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2019. – 523с.
7. Соловьев, Б. А. Маркетинг: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 383 с.
8. Титов А.Б. Маркетинг и управление инновациями. - СПб.: Питер, 2019. – 247 с.
9. Чертков, Ю. Ассортиментная политика: доклад – М.: Крокус, 2017. – 258 с.
10. Юрова Н. А. Инструменты и методы управления ассортиментом товаров в ритейле // Журнал «Маркетинг». – 2019. – № 17 – С. 12–18.

11.Юрова Н. А. Управление ассортиментом как функциональный аспект коммерческой деятельности // Журнал «Маркетинг». – 2018. – № 9 – С. 19-22

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/kurovaya-rabota/251390>