

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/260791>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Правовые основы бизнеса

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Глава 1. Исследование рынка спортивной обуви и его ключевых участников, обоснование исследовательского вопроса 5

1.1 Общая характеристика рынка спортивной обуви, анализ основных трендов и потребительских предпочтений, наиболее перспективных и востребованных направлений, барьеры развития рынка спортивной обуви 5

1.2 Перспективные сегменты рынка спортивной обуви и анализ ключевых игроков рынка 8

1.3 Выявление предпринимательских возможностей и описание бизнес – идеи 10

Глава 2. План - обоснование реализуемой предпринимательской идеи 12

2.1. Маркетинговое обоснование бизнес - идеи: стратегия, тактика и прогноз продаж нового продукта «Самозавязывающиеся кроссовки» 12

2.2. Производственное обоснование бизнес – идеи 16

2.3. Финансовое обоснование предпринимательской идеи 17

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 25

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ) И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ 28

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что обувь относится к предметам первой необходимости и является товаром сложного ассортимента. Она выступает важным элементом современного художественно-организованного, гармоничного ансамбля одежды.

Возникновение обуви неразрывно связано с естественной потребностью защитить стопу от повреждений и неблагоприятного воздействия факторов окружающей среды. Поэтому наиболее важной функцией обуви является защитная, утилитарная.

Утилитарная функция, призванная обеспечить условия для нормальной деятельности стопы, может рассматриваться с точки зрения необходимости предупреждения заболевания стоп (профилактическая обувь), восстановления утраченных функций стопы (ортопедическая обувь).

Как элемент костюма обувь выполняет и эстетическую функцию, заключающуюся в создании определенного зрительного эффекта и психологического восприятия.

Современное развитие обуви осуществляется во взаимосвязи этих двух функций.

Целью курсовой работы является анализ потребительских предпочтений на рынке спортивной обуви и разработка нового продукта «Самозавязывающиеся кроссовки».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- дать общую характеристику рынка спортивной обуви, провести анализ основных трендов и потребительских предпочтений, наиболее перспективных и востребованных направлений, проанализировать барьеры развития рынка спортивной обуви;
- рассмотреть перспективные сегменты рынка спортивной обуви и анализ ключевых игроков рынка;
- провести выявление предпринимательских возможностей и описание бизнес – идеи.
- провести маркетинговое обоснование бизнес - идеи: стратегия, тактика и прогноз продаж нового продукта «Самозавязывающиеся кроссовки»;
- провести производственное обоснование бизнес – идеи;
- представить финансовое обоснование предпринимательской идеи.

Проанализировав учебную литературу, можно сделать вывод о том, что тема не является достаточно изученной и требует дальнейшего исследования.

Объектом курсового исследования является ассортимент спортивной обуви.

Предмет – разработка нового продукта «Самозавязывающиеся кроссовки».

Для изучения выбранной темы возможно использовать следующие методы: изучение и анализ научной

литературы, синтез полученных данных, анализ и оценка ассортимента спортивной обуви. Работа состоит из следующих структурных элементов: введение, 2 главы, 6 параграфов, заключение, список использованных источников.

1. Глава 1. Исследование рынка спортивной обуви и его ключевых участников, обоснование исследовательского вопроса

1.1 Общая характеристика рынка спортивной обуви, анализ основных трендов и потребительских предпочтений, наиболее перспективных и востребованных направлений, барьеры развития рынка спортивной обуви

Согласно результатам исследований маркетологов, доля импортных поставок обуви в Россию составляет 70-80% от совокупного объема продаж. Основным поставщиком обуви в Россию является Китай, на который приходится 75-80% официального импорта обуви, около 9% обуви поступает из Турции, 2% - из Италии. Как отмечают эксперты, в действительности доля итальянской обуви на российском рынке существенно выше, поскольку не всегда она производится непосредственно в Италии.

Среди ближайших соседей наиболее крупным поставщиком обуви в Россию является Белоруссия, на которую приходится 3-5% импорта. Весьма значимой проблемой для России выступает проблема теневого импорта, который, согласно экспертным оценкам, составляет 60-80% от совокупного объема импорта обуви. Это усложняет положение на рынке для отечественных производителей.

С одной стороны, политика государства нацелена на развитие легкой промышленности. С другой стороны, условия рынка не позволяют производственным компаниям развиваться и получать прибыль в должном объеме.

Крупные компании давно уже отшивают обувь в Китае, а минимальный заказ, который необходимо сделать для его размещения, зачастую выше тех запросов, которые могут обеспечить небольшие производители. Но есть компании, и в такой непростой ситуации сохраняющие оптимизм. Так, ОАО «Заря», специализирующееся на производстве домашней обуви, за последний год увеличило объем продаж в регионы, и в среднем производство составляет порядка 10-15 тыс. пар обуви в месяц.

В настоящее время, только немногие сети выделяются из общей массы обувных магазинов, каким-либо отличием и берут лишь количеством точек, а не какой-либо особенностью.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) ФЗ РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) «О защите прав потребителей»
- 2) Алишеров Н.Н. Классификация обуви: учебное пособие / Н.Н. Алишеров. - СПб.: Дюна, 2017. - 49 с.
- 3) Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/ А. Алексеев. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 247 с.
- 4) Армстронг М., Практика управления человеческими ресурсами: Учебник / М. Амстронг - Издательство «Питер», 2018-824 с.
- 5) Жданкин Н.А. Инновационный менеджмент: учебник / Н.А. Жданкин. — Москва: КНОРУС, 2017. — 316 с.
- 6) Зарецкий А.Д. Менеджмент: учебник/А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. —М.: КНОРУС, 2019. —268с.
- 7) Игнатенко В.Б. Товароведная экспертиза качества кожаной обуви: учебно-методическое пособие. М. Изд-во Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова, 2015. – 52с.
- 8) Лабораторный практикум по дисциплине «Товароведение и экспертиза одежно-обувных товаров». Часть 2 – Товароведение и экспертиза коженно-обувных товаров / сост. Н. В. Умалёнова. – М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2013. – 50 с.
- 9) Литвак, Б. Г. Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 507 с. 10) Мальцева, С. В. Инновационный менеджмент: учебник для академического бакалавриата / под ред. С. В. Мальцевой. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 527 с.
- 10) Мардас, А. Н. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 205 с.
- 11) Нечаева С.П. Свойства материалов для производства обуви / С.П. Нечаева. - Тверь, 2015. - 259 с.
- 12) Памбухчянц О. В. Технология розничной торговли: Учебник / О. В. Пам. бухчянц. — 9 е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 288 с.
- 13) Психология и этика делового общения: Учебник для вузов /Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. — 4-е изд.,

перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. - 415 с.

14) Разумов И.В. История менеджмента/ И.В. Разумов – Ярославль: ЯрГУ, 2019. – 120с.

15) Семиглазова В.А. Инновационный менеджмент: Учебное пособие/ В.А.Семиглазов. -Томск: ЦПП ТУСУР, 2016. -172 с.

16) Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент: учебник для СПО / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 158 с

17) Степанова И.П. Инновационный менеджмент/ И.П. Степанова. -Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». – Саратов, 2017. – 124 с.

18) Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2018. — 415 с.

19) Тебекин, А. В. Стратегический менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата / А. В. Тебекин. — 2-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 333 с.

20) Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: учебник/ под ред. А.Н. Неверов, Т.И. Чалых, С.С. Шипилова – ПрофОбрИздат, 2011- 464с.

21) Товароведение непродовольственных товаров: учебник / В.Е. Сыцко [и др.]; под общ. ред. В.Е. Сыцко. Мн.: Выш. ш к, 2012. — 669 с.

22) Ходыкин А.П., Ляшко А.А., Волошко Н.И., Товароведение непродовольственных товаров: учебник / А.П. Ходыкин, А.А. Ляшко, Н.И. Волошко. - Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. - 540с.

23) Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд./ Р.А. Фатхутдинов — СПб.: Питер, 2017. — 400 с:

24) Финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. В. Маркиной. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2017. — 432 с.

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/260791>