

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/264382>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Бизнес планирование (другое)

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА И ЕГО КЛЮЧЕВЫХ УЧАСТНИКОВ, ВЫБОР НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ КОМПАНИИ

1.1 Общая характеристика рынка одежды, анализ основных трендов и потребительских предпочтений, барьеры развития рынка

1.2 Перспективные сегменты рынка и анализ ключевых игроков рынка

1.3 Ключевые характеристики бренда «Comme des garçonsg»

ГЛАВА 2. ПЛАН - ОБОСНОВАНИЕ СОЗДАНИЕ МАЛОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ФИРМЫ - МАГАЗИН ОДЕЖДЫ, НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «COMME DES GARÇONSG»

2.1. Маркетинговое обоснование бизнес - идеи: стратегия, тактика и прогноз продаж

2.2. Производственное обоснование бизнес - идеи: используемые технологии, обоснование необходимой численности персонала для реализации нового проекта

2.3. Финансовое обоснование предпринимательской идеи

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Логотип нового продукта

ВВЕДЕНИЕ

В решении заниматься любым видом коммерческой деятельности очень важным фундаментом является правильное построение модели ведения бизнеса, которая помогает оценить нишу, помогает увидеть перспективы развития и скрытые риски в данном направлении, а также в процессе построения модели есть возможность протестировать саму идею. Процесс построения модели бизнеса не является глубинным аналитическим исследованием, а скорее характеризуется как экспресс-анализ, позволяющий правильно спланировать и организовать успешный запуск.

В данной работе будет рассмотрен процесс построения модели коммерческой деятельности создания малой предпринимательской фирмы - магазин одежды, на примере компании «Comme des garçonsg».

Одежда в жизни человека несет не только эстетическую функцию, но и в первую очередь защитную и гигиеническую, человек не может комфортно жить без одежды. В настоящее время покупатели уделяют очень много внимание бренду одежды и качественным критериям.

Многие не относятся к одежде серьезно, а зря, она не только рассказывает окружающим о человеке, который ее носит, но и влияет на самого человека. В любом наряде есть глубокий смысл, осознаем мы это или нет. С помощью одежды мы рассказываем окружающим о себе и своей жизни. Такие истории всегда состоят из двух частей. Первая - это самовосприятие: как человек интерпретирует свою личность, кем он себя видит. И вторая - то, какими хочет показать себя остальным людям и что окружение действительно видит и понимает, считывая образ человека.

Человек - существо социальное. Даже когда остается в одиночестве, то рядом всегда присутствует незримый наблюдатель, который смотрит со стороны. Мы постоянно держим в голове мысль: «А что будет, если сейчас меня кто-то увидит? Как он оценит мой внешний вид? Как я отнесусь к его мнению?» Нас сопровождают три вечных вопроса: что я думаю о себе, какое впечатление хочу производить на других людей и каким оно будет на самом деле.

Бренд «Comme des garçonsg», основанный талантливой и неординарной женщиной Рей Кавакубо, со своими авангардными взглядами на моду. Речь идет о необычной японской марке прославившейся своими концептуальными и порой непредсказуемыми коллекциями одежды. Актуальность проекта открытия магазина одежды бренда «Comme des garçonsg» имеет значимость в насыщении потребности покупателей одежды, о чем более подробно будет рассмотрено в настоящей курсовой работе.

Отстройка бизнес-модели на естественных эмоциональных желаниях человека несет в себе как положительный заряд, так и некоторые недостатки. Основной положительный посыл идеи является, в том, что магазин будет давать положительный эмоциональный заряд своим покупателям. Отрицательный

момент в данном случае, будет то, что эмоции человека по определению не постоянное явление, новые модные тенденции и предпочтения будут требовать постоянное обновление ассортимента магазина, а за этим стоят дополнительные затраты. Если определенный товар не будет востребован в определенном моменте на пике популярности модного тренда, будет накапливаться невостребованный товар, который тяжело реализовать, соответственно будут возникать финансовые издержки у компании.

Цель исследования данной работы состоит в проведение анализа проекта открытия магазина «Comme des garçons» в г. Москва с постановками приоритетов отвечающих SMART принципам.

Для достижения поставленной цели в работе будут решены следующие задачи:

- Будет проведено исследование мирового и Российского рынка строительства одежды, с фиксированием основных тенденций рынка одежды;
- Будет проведено изыскание целевых клиентов и предпочтений потребителей одежды;
- Будет определена стратегия бизнес-идеи открытия магазина «Comme des garçons»;
- Будет проведена оценка эффективности стратегического плана на основании анализа и финансовых расчетов.

Основной исследовательский вопрос настоящей работы - какое влияние окажет проект открытия магазина «Comme des garçons» на финансовые показатели предпринимательской деятельности.

Основные этапы исследования и структура работы. В первой главе представлен анализ динамики и структуры мирового и Российского рынка одежды и его основных сегментов, содержится обзор потребительских предпочтений и классификация основных типов потребителей. Представлены перспективные направления развития рынка и потенциальные предпринимательские возможности. Во второй главе будет сформирован план - обоснование создания малой предпринимательской фирмы - магазин одежды, на примере компании «Comme des garçons».

1. Афанасенко, И. Д. Торговое дело. Учебник / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. - М.: Питер, 2015г. - 384 с.,
2. Баринов, В. А. Бизнес-планирование. Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, Инфра-М, 2015г. - 272 с.,
3. Герасименко, В. В. Ценообразование. Учебное пособие / В.В. Герасименко. - М.: ИНФРА-М, 2015г. - 224 с.,
4. Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. - М.: Дашков и Ко, 2015г. - 512 с.,
5. Зелль, Аксель Бизнес-план. Инвестиции и финансирование, планирование и оценка проектов / Аксель Зелль. - М.: Ось-89, 2015г. - 240 с.,
6. Иванов, Г. Г. Организация и технология коммерческой деятельности / Г.Г. Иванов. - М.: Academia, 2013г. - 272 с.,
7. Карпова, С. В. Управление ценами. Учебник / С.В. Карпова, В.Н. Русин, И.В. Рожков. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2016г. - 236 с.,
8. Коноплев С.П. Менеджмент продаж: учеб. пособие для вузов / С.П. Коноплев, В.С. Коноплева. М. Инфра-М, 2018г. 303 с.,
9. Основы менеджмента: учебник для вузов / под ред. А.И. Афоничкина. СПб.: Питер, 2021г. 522с.,
10. Слинков, В. Н. Стратегическое планирование на основе сбалансированной системы показателей. Стратегический контроль. Практические рекомендации / В.Н. Слинков. - М.: Дакор, КНТ, 2018г. - 384 с.,
11. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли / Под редакцией А.Н. Соломатина. - М.: Питер, 2018г. - 560 с.,
12. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: <https://rosstat.gov.ru/>,
13. Информационный ресурс статистики бизнеса: <https://businessstat.ru/>,
14. Официальный сайт бренда «Comme des garçons»: <https://www.comme-des-garcons.com/>.

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/264382>