

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/referat/307809>

Тип работы: Реферат

Предмет: Маркетинг

Введение 3

Основная часть 4

Заключение 12

Список использованных источников 13

Введение

Актуальность темы исследования. Актуальность темы исследования заключается в том, что в период экономического кризиса рекламная деятельность организации приобретает особо важную роль для поддержания стабильной деятельности компаний и удержания клиентов. Помимо этого, мировой экономический кризис 2021 года дал мощный толчок для организаций в развитие новых направлений деятельности, которые ориентированы на массовых потребителей, а для успешного запуска этих новых направлений необходима эффективная рекламная компания для реализуемой продукции.

Цель исследования. Целью исследования является анализ рекламной компании организации, направленный на массового потребителя.

Для достижения поставленной цели в исследовании были поставлены следующие задачи:

1. Дать краткую характеристику компании "Пятерочка".
2. Определить целевую аудиторию компании "Пятерочка".
2. Выполнить анализ рекламной деятельности компании "Пятерочка" в современных экономических условиях.

Объект работы – рекламная деятельность.

Предмет работы – особенности рекламной деятельности компании в условиях мирового кризиса.

Информационная база исследования. Информационной базой исследования являются открытые источники информации, а так же данные о финансовой деятельности компании "Пятерочка", публикуемые на официальном сайте компании.

Структура исследования. Структура исследования состоит из введения, основной части, заключения и списка использованных источников.

Основная часть

Компания "Пятерочка" является одним из крупных в России сетевым универсальным магазином экономического класса. Датой основания компании является январь 1999 года. Компания является частной собственностью с организационно-правовой формой – общество с ограниченной ответственностью. В настоящее время компания владеет более 700 универмагов эконом класса по всей территории России. Следует отметить, что компания также присутствует в Казахстане и Украине. Несмотря на огромное количество точек продаж, приоритетными рынками для компании являются город Москва и Санкт - Петербург.

Если кратко давать характеристику компании, то можно выделить следующие ее особенности:

1. Компания имеет сеть самообслуживания с широким ассортиментом продуктов питания и сопутствующих товаров;
2. Компания ориентирована на покупателя со средним уровнем достатка.
3. Компания работает в формате "Магазин у дома".
4. Компания реализует свою деятельность в рамках стратегии умеренного роста.

Организационная структура управления компании является линейно-функциональной и представлена нами на рисунке 1.

1. Бакальская Е.В. Актуальные проблемы ценообразования на российских предприятиях в современных условиях / Е.В. Бакальская // Аллея науки. 2017. Т. 1. № 16. С. 60-63.
2. Варданян Г. А. PR и реклама: взаимосвязь и применение при продвижении / Г. А. Варданян // Аллея науки. – 2020. – Т. 1. – № 3(42). – С. 730-735.
3. Головинова А. С. Роль рекламы в предпринимательской деятельности / А. С. Головинова, Л. В. Лещенко // Интеграция наук. – 2019. – № 1(24). – С. 110-112.
4. Липсиц И.В. Управление ценами в ритейле. – Учебник для студентов экономических и менеджериальных факультетов, а также слушателей программ MBA. – М.: Эксмо, 2017. – 223 с
5. <https://5ka.ru/about/>
6. <http://foodmarkets.ru/news/topic/1539>
7. <https://journal.open-broker.ru/visit-card/x5-retail-group/>

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/referat/307809>