

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/51619>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ 5

1.1 Понятие маркетинговой стратегии 5

1.2 Виды и этапы разработки маркетинговых стратегий 7

1.3 Анализ и оценка эффективности маркетинговой стратегии 11

2 РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА В КОМПАНИИ ООО «КАРАМЕЛЬ» 13

2.1 Общая характеристика компании «Карамель», особенности рынка общественного питания 13

2.2 Анализ маркетинговой среды компании «Карамель» 18

3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕСТВОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ КОМПАНИИ «КАРАМЕЛЬ» 26

3.1 Мероприятия по совершенствованию маркетинговой стратегии компании «Карамель» 26

3.2 Оценка по эффективности мероприятий по совершенствованию маркетинговой стратегии 29

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 31

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 33

ВВЕДЕНИЕ

Стратегия разрабатывается в любом направлении для того, чтобы максимально эффективно использовать наличные ресурсы для достижения главной цели.

Маркетинговая стратегия является частью общей корпоративной стратегии компании и призвана описать, каким образом компания должна использовать свои ограниченные ресурсы для того, чтобы увеличить прибыль от продажи в долгосрочной перспективе. Она представляет собой элемент маркетингового плана компании и носит больше описательный характер, предлагая не сами конкретные действия, а лишь их направление.

Поскольку маркетинговая стратегия входит как составной элемент в общую стратегию компании, то с ее помощью намечаются основные направления деятельности организации в рыночном пространстве в отношении потребителей и конкурентов.

На разработку маркетинговой стратегии будут влиять основные цели деятельности компании, ее положение на рынке в настоящем времени, имеющейся у организации ресурсный потенциал, оценка ее рыночных перспектив и возможных действий конкурентов.

Основными целями маркетинговой стратегии обычно выступают:

- увеличение объема продаж, которое может произойти двумя путями: с помощью увеличения потока клиентов или количества заказов;
- увеличение прибыли компании;
- обеспечение привлекательности продукции для той или иной целевой аудитории;
- завоевание большей доли рыночного пространства;
- достижение лидерских позиций в своем рыночном сегменте.

Актуальность темы заключается в том, что в условиях финансовой и рыночной нестабильности гибко выстроенная маркетинговая стратегия не просто позволит организации существовать на рынке и быть на «плаву», но и продуктивно развиваться.

Целью курсовой работы является изучение реализации стратегии маркетинга на предприятии.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить понятие маркетинговой стратегии;
- рассмотреть виды и этапы разработки маркетинговых стратегий;
- рассмотреть анализ и оценку эффективности маркетинговой стратегии;
- изучить особенности рынка «Карамель» и характеристика его участников;
- рассмотреть реализацию маркетинговой стратегии в компании.

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

Объектом курсового исследования выступает компания ООО «Карамель».

Предмет – реализация маркетинговой стратегии в компании ООО «Карамель».

Для изучения выбранной темы возможно использовать следующие методы: изучение и анализ научной литературы, синтез полученных данных, анализ и оценка маркетинговых стратегий.

Работа состоит из следующих структурных элементов: введение, три главы, шесть параграфов, заключение, список используемых источников, включающий в себя 20 учебных пособий. Объем работы 34 страницы.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

1.1 Понятие маркетинговой стратегии

В условиях современного мира наблюдается устойчивая тенденция роста и развития предприятий в совершенно разных сферах. Следовательно, уровень конкуренции также растет. Для развития и оптимизации бизнеса нужно приложить максимальные усилия, провести разработку эффективного плана по реализации желаемых задач. Маркетинговая стратегия – это развернутый план ведения и организации рабочего процесса.

Маркетинговая стратегия предприятия позволяет понять, как планировать и реализовывать всевозможные мероприятия в компании, направленные на реализацию планов и задач. Стоит помнить: маркетинговая стратегия является одной из частей общего стратегического плана фирмы. Маркетинговая стратегия связана с вопросами, направленными на то, чтобы увеличить продажи и доход предприятия. Маркетинговая стратегия, разработать которую могут опытные специалисты, позволяет больше узнать о правильном использовании имеющихся у предприятия ресурсов, научиться динамично сбывать продукцию на длительный срок. Это и есть цель маркетинга.

Рассмотрим задачи маркетинговой стратегии:

- комплексное изучение всего рынка;
- объективная оценка спроса и потребностей;
- разработка маркетинговой стратегии и выработка методов, позволяющих ее реализовать.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/ А. А. Алексеев. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 247 с.
- 2) Армстронг М., Практика управления человеческими ресурсами: Учебник / М. Амстронг - Издательство «Питер», 2014-824 с.
- 3) Дейнека А. В. Управление персоналом: Учебник / А. В. Дейнека. — М.: Издательская торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 292 с.
- 4) Епишкин И.А. Управление человеческими ресурсами: Учебное пособие / И.А. Епишкин «Менеджмент». – М.: МИИТ, 2013. – 242 с.
- 5) Жданкин Н.А. Инновационный менеджмент: учебник / Н.А. Жданкин. — Москва: КНОРУС, 2017. — 316 с.
- 6) Идрисов Ш.А., Волкова Л.А. Маркетинг: учебное пособие. 2-е изд., доп. и испр. — Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2013. — 337 с.
- 7) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2014. — 177 с.
- 8) Макаров А.М. Маркетинг: учебное пособие / Макаров А.М.. - Ижевск: Изд-во Института экономики и управления УдГУ, 2015.-456с.
- 9) Маркетинг: основы, закономерности, перспективы развития: учебное пособие М.Г. Подопригора, Е.Л. Макарова Южный федеральный университет. – Таганрог: Издательство Южного федерального университета; 2016. – 86 с.
- 10) Маслова, В. М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 492 с.
- 11) Основы маркетинга: Учебное пособие / А.Н. Бобровников, С.Н. Волкова, И.Е. Замятина, В.А. Никольская. 1-е изд. Тверь: ТГТУ, 2017.-348с.
- 12) Очковская М.С., Рыбалко М.А. Маркетинг: новые тенденции и перспективы: Учебное пособие. – М.: МАКС Пресс, 2014. – 196 с.
- 13) Панкрухин А.П. Маркетинг: учеб. для студентов / А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4.е изд., стер. – М.: Омега, 2013. – 656 с.
- 14) Семиглазова В.А. Инновационный менеджмент: Учебное пособие/ В.А.Семиглазов .-Томск: ЦПП ТУСУР, 2014. -172 с.

- 15) Степанова И.П. Инновационный менеджмент/ И.П. Степанова. -Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». – Саратов, 2014. – 124 с.
- 16) Управление персоналом : учеб.-метод. пособие / И.Б. Тесленк ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. – 80 с.
- 17) Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд./ Р.А. Фатхутдинов — СПб.: Питер, 2013. — 400 с:
- 18) Финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. В. Маркиной. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2014. — 432 с.
- 19) Шеламова Г.М. Деловая культура и психология общения: учебник для нач. проф. образования/ Г. М. Шеламова. — 7-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2017. — 160 с.
- 20) Экман П. Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. 2-е изд. / П.Экман — СПб.: Питер, 2013. — 334 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/51619>