

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/otchet-po-praktike/53783>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Маркетинг

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ООО «21 ВЕК-СВЕТ» 5

2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ ООО «21 ВЕК-СВЕТ» 8

2.1 Основные экономические показатели компании 8

2.2 Организационная структура компании ООО «21 Век-свет» 10

2.3 Анализ маркетинговой среды компании ООО «21 Век-свет» 13

3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ ООО «21 ВЕК-СВЕТ» 18

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 22

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 24

ВВЕДЕНИЕ

Существует по меньшей мере около 500 определений маркетинга. Зачастую при таком изобилии определений данного понятия, тяжело разобраться в том, что относится к маркетингу.

Объясняя доступным языком, маркетинг – это деятельность организации, направленная на получение прибыли с помощью удовлетворения потребностей покупателей.

В широком смысле, многие маркетинологи рассматривают маркетинг как философию бизнеса, т. е. умение изучать рынок, систему ценообразования, прогнозировать и угадывать предпочтения клиентов, эффективно поддерживать связь с ними, чтобы удовлетворить нужды потребителей и, соответственно, получить прибыль для своего предприятия.

Исходя из определения, логично, что целью маркетинга на предприятии является удовлетворение потребностей клиентов.

Известный теоретик экономист Питер Друкер отмечает, что главная цель маркетинга – познать клиента настолько, чтобы товар или услуга смогли продать себя сами.

Для достижения цели организации, деятельность маркетинга подразумевает решение следующих задач:

- 1) Детальное исследование рынка, глубокий анализ предпочтений клиентов;
- 2) Тщательное изучение системы ценообразования на рынке и разработка ценовой политики организации;
- 3) Анализ деятельности конкурентов;
- 4) Создание ассортимента товаров и услуг организации;
- 5) Выпуск товаров и услуг, соответствующие спросу;
- 6) Сервисное обслуживание;
- 7) Коммуникации маркетинга/

Решая задачи маркетинга, необходимо руководствоваться следующими принципами:

- Изучение производственных возможностей предприятия;
- Процесс планирования методов и программ сбыта товара или услуги;
- Сегментация рынка;
- Постоянное обновление товаров и услуг, путей их сбыта, совершенствование технологий;
- Гибкое реагирование организации на постоянно меняющийся спрос.

Целью прохождения практики является закрепление полученных теоретических знаний.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть общую характеристику организации ООО «21 Век-свет»;
- изучить экономические показатели компании ООО «21 Век-свет»;
- рассмотреть организационную структуру компании ООО «21 Век-свет»;
- провести анализ маркетинговой среды компании ООО «21 Век-свет».

Работа состоит из следующих структурных элементов: введение, три главы, три параграфа, заключение, список использованных источников.

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ООО «21 ВЕК-СВЕТ»

Компания специализируется на продаже осветительной продукции, разработке часов и картин

собственного производства. Компания ООО «21 Век-Свет» на рынке уже более 17 лет и продолжает дальше радовать своих покупателей новинками и скидками.

Сегодня компания успешно развивается: расширяются производственные и складские площади, увеличивается численность персонала. В ассортименте представлено более 3000 моделей люстр, ламп, подвесных светильников, бра, торшеров, споты, встраиваемые и накладные светильники, техническое и уличное освещение, часы и картины собственного производства.

Компания ООО «21 Век-Свет» располагается по адресу: 620010 Россия, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Черняховского 86 корпус 1 вход 4.

Режим работы:

Пн.-Пт: с 9:00 до 18:00;

Сб, Вс: с 10:00 до 17:00.

Ассортимент продукции включает в себя:

- люстры;
- бра;
- настольные лампы;
- торшеры;
- встраиваемые светильники;
- офисно-промышленное освещение;
- часы;
- комплектующие.

Рассмотрим данный ассортимент более подробно.

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/otchet-po-praktike/53783>