

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://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/142882>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Менеджмент

Оглавление

Введение 3

1. Краткая характеристика деятельности организации 4

2. Анализ собственных торговых марок торговой организации 5

3. Анализ и оценка деловой репутации 6

3.1. Гудвилл 6

3.2. Рыночная капитализация и ее изменение 6

3.3. Стоимость бренда и его изменение 8

3.4. Места в репутационных рейтингах, победы в конкурсах 8

3.5. Факторы, влияющие на деловую репутацию на компанию «Магнит» 8

3.6. Случаи ухудшения деловой репутации 9

4. Анализ инновационной деятельности 11

4.1. Направления и сферы инновационной деятельности 11

4.2. Примеры инноваций 11

4.3. Значение инноваций в деятельности организации 12

4.4. Наличие патентов, ноу-хау 12

4.5. Расходы на инновации 13

Введение

Вложения капитала в нематериальные активы являются новым объектом наблюдения, учета, анализа и управления. В настоящее время на предприятиях РФ удельный вес нематериальных активов в общей массе всех активов значительно ниже, чем на аналогичных предприятиях в странах с развитой рыночной экономикой. Следовательно, и практического опыта в организации учета и анализа нематериальных активов у предприятий нашей республики еще недостаточно.

Инвестиции в нематериальные активы окупаются в течение определенного периода за счет дополнительной прибыли, получаемой предприятием в результате их использования, а также за счет амортизационных отчислений. Однако в последнее время растет экономический интерес к повышению доходности предприятия за счет использования исключительного права предприятия на результаты интеллектуальной деятельности.

1. Краткая характеристика деятельности организации

Компания «Магнит» является одним из самых крупных и популярных продуктовых ретейлеров в нашей стране. Магазины «Магнит» в 2017 году находились почти в 3000 населенных пунктах и их посещало более 9 миллионов человек в день. Стоит отметить, что у данной сети есть и собственное производство продуктов, и своя торговая марка.

Все началось в 1995 году, когда Сергей Галицкий основал в Краснодарском крае компанию по оптовой торговле товарами бытовой химии, и называлась она «Тандер». Магазин поменял свое название только в 2000 году. А еще через год стала делать собственное производство продуктов. «Магнит У Дома» является одним из значимых форматов.

Компания «Магнит» разместила свои акции на московских биржах, это произошло в 2006 году, а уже в 2008 году компания дополнительно разместила бумаги на Лондонской фондовой бирже.

«Магнит» работает в мультиформатной модели, которая включает в себя магазины у дома, супермаркеты, аптеки и магазины дрoгери. На 2017 год у компании почти 16 000 торговые точки в более 45 регионах России

Штаб-квартира «Магнита» находится в Краснодарском Крае.

2. Анализ собственных торговых марок торговой организации

Уже в 2001 году компания «Магнит» запустила свое собственное производство. Все начинается с

тепличного комплекса «Зеленая линия», площадь которого составляет более 120 га. Располагается он также на территории Краснодарского края и является одним из крупнейших в Восточной Европе. Через 6 лет компания запускает целый комплекс, цель которого выращивать более 6 тысяч тонн шампиньонов в год. А в 2015 в Сочи было подписано соглашение о создании индустриального парка, площадью более 200 га, в поселке Дорожный. На его территории находится свыше 20 предприятий, а инвестиции составляют более 40 миллиардов рублей. Еще через три года здесь открылось крупнейшее в России производство хлебобулочных изделий «Кубанский комбинат хлебопродуктов», оно составляет почти 60% потребности сети «Магнит» в хлебопродуктах и макаронных изделиях.

Также у компании есть своя собственная торговая марка специально для сети российскими и зарубежными производителями. На 2017 год в магазинах «Магнит» представлены около 1000 товаров СТМ. В их числе — «Ореховая роща», «Восточный гость», Premiere of Taste, «Сельская ярмарка», «Снежное лакомство», La Fresh, «Праздник сладости», «Мастер Блеск», «Семейные секреты», «Кристалльный родник», «Сметанин», «Северная гавань», Lucky Days, «Каспер». В магазинах такая продукция отмечена ценником «Наша марка».

-

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://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/142882>