

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/kursovaya-rabota/378921>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг

Введение 3

1. ИЗУЧЕНИЕ ТИПА БИЗНЕСА И ПРОДУКЦИИ 4

1.1 Общие сведения о фирме Ауди 4

1.2 Описание продуктов и услуг Ауди 4

1.3 Особые преимущества данных услуг/продуктов 5

1.4 Анализ взаимодействия покупателя с продуктом выбранной компании 6

1.5 Анализ факторов, влияющих на покупки услуги/товар 7

2. SWOT-АНАЛИЗ И КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА 10

3. АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ МОДЕЛИ ПОТРЕБЛЕНИЯ 16

4. АНАЛИЗ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ БИЗНЕСА И РЫНОЧНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ 20

5. АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ 21

6. АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ И КОММУНИКАЦИИ 25

7. РАЗРАБОТКА ИДЕИ НОВОГО ПРОДУКТА (УСЛУГИ) КОМПАНИИ И СТРАТЕГИИ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ДЛЯ ЕГО ВЫВОДА НА РЫНОК 27

Заключение 32

Список использованных источников 33

Введение

Современный бизнес-мир характеризуется непрерывными изменениями, стремительными технологическими инновациями и растущей конкуренцией. В таких условиях каждая компания, независимо от своего статуса и репутации, вынуждена активно адаптироваться и совершенствовать свои стратегии, чтобы оставаться конкурентоспособной на рынке. Важнейшим инструментом этой адаптации является разработка и реализация маркетинговой стратегии.

Для успешной выживаемости и роста на рынке необходимо не только отслеживать собственные производственные и экономические показатели, но и внимательно изучать специфику бизнеса, продукции и услуг, а также оценивать свои возможности и угрозы, анализировать сильные и слабые стороны. В данной курсовой работе мы обратим внимание на маркетинговую стратегию компании "Ауди", проведя анализ всех необходимых аспектов.

Актуальность темы

Выбор компании "Ауди" для анализа маркетинговой стратегии является актуальным исследовательским направлением в сфере автомобильной индустрии. Компания "Ауди" известна во всем мире как производитель высококачественных автомобилей и предоставляет широкий спектр продукции и услуг, ориентированных на разные сегменты потребителей.

Анализ маркетинговой стратегии "Ауди" поможет не только лучше понять подход этой компании к продвижению своей продукции, но и выделить ключевые аспекты, которые могут быть использованы в качестве образца для других организаций. Кроме того, современное состояние автомобильной отрасли и изменяющиеся предпочтения потребителей создают необходимость в разработке инновационных маркетинговых решений.

Целью данной курсовой работы является проведение всестороннего анализа маркетинговой стратегии компании "Ауди", включая изучение типа бизнеса и продукции, SWOT-анализ, анализ рыночной модели потребления, внешних факторов бизнеса, внутренней среды организации, стратегии продвижения и коммуникации, а также разработка новой идеи продукта и маркетинговой стратегии для его вывода на рынок.

Данная работа представляет практический интерес для бизнес-сообщества, так как позволяет выявить успешные практики и подходы, применяемые в сфере автомобильной индустрии, и может послужить основой для разработки новых стратегий и решений в данной отрасли.

1. ИЗУЧЕНИЕ ТИПА БИЗНЕСА И ПРОДУКЦИИ

1.1 Общие сведения о фирме Ауди

Компания Audi - это немецкий производитель автомобилей с престижной репутацией и богатой историей.

Название. Audi AG

Адрес фирмы. Audi AG Auto-Union-Str. 1 85057 Ingolstadt Германия

Вид экономической деятельности. Audi занимается производством автомобилей, а также разработкой и производством двигателей и компонентов для автопрома. Компания также активно развивает технологии в области автомобильной безопасности, удобства и эффективности.

Историческая справка. Корни компании Audi уходят в далекое прошлое. Она была основана в 1909 году Августом Хорхом и его партнерами в Цвиккау, Германия, под именем "Audi Automobilwerke." Название "Audi" произошло от фамилии одного из основателей, Августа Хорха, чья фамилия переводится с латыни как "слушать," что восходит к названию компании. С течением времени, Audi слилась с другими немецкими автопроизводителями, включая DKW, Horch и Wanderer, чтобы образовать Auto Union AG в 1932 году. В этот период появился легендарный четырехкольцевой логотип, символизирующий объединение этих четырех марок.

После Второй мировой войны и разделения Германии, компания Audi оказалась в Западной Германии и в итоге стала частью концерна Volkswagen Group, который приобрел её в 1964 году. С тех пор Audi развивалась и стала одним из лидеров в мире автомобильной индустрии, известной своими высококачественными автомобилями и инновационными технологиями.

1.2 Описание продуктов и услуг Ауди

Audi AG предлагает широкий спектр продуктов и услуг на автомобильном рынке, обеспечивая своих клиентов разнообразными автомобильными решениями.

1. Автомобили: Audi производит различные модели автомобилей, включая седаны, купе, спортивные автомобили, кроссоверы и внедорожники. Они предлагаются в разных классах, начиная с компактных моделей, таких как Audi A3, и заканчивая премиум-сегментом с моделями, такими как Audi A8.

2. Электрические автомобили: Audi также активно развивает свою линейку электрических автомобилей. Например, Audi e-tron и Audi e-tron GT являются электрическими вариантами, обеспечивая экологически чистую альтернативу для клиентов, заинтересованных в электромобилях.

3. Технологии и инновации: Audi известна своими передовыми технологическими решениями, такими как системы информационно-развлекательного комплекса, системы безопасности и водительской помощи, а также инновации в области коннективности. Клиенты могут ожидать высококачественные системы навигации, интеграцию с мобильными устройствами и многие другие технологические возможности.

4. Поддержка клиентов: Audi предоставляет широкий спектр услуг поддержки клиентов, включая гарантийное обслуживание, техническую поддержку и сервисные услуги. Клиенты могут обращаться за помощью при обслуживании и ремонте своих автомобилей.

5. Финансовые услуги: Компания Audi предлагает финансовые услуги, включая кредиты и лизинг, чтобы помочь клиентам приобрести автомобиль и упростить процесс финансирования.

6. Аксессуары и запчасти: Audi также предоставляет оригинальные аксессуары и запчасти для автомобилей, позволяя владельцам настраивать и обслуживать свои автомобили с использованием официальных компонентов.

7. Устойчивость и экологические инициативы: Audi активно работает над снижением воздействия на окружающую среду и участвует в различных проектах по разработке экологически устойчивых технологий и снижению выбросов углерода.

Эти продукты и услуги делают компанию Audi привлекательным выбором для клиентов, и она остается одним из ведущих производителей автомобилей в мире, предлагая высокое качество и инновационные решения.

1.3 Особые преимущества данных услуг/продуктов

Продукты и услуги, предоставляемые компанией Audi, имеют несколько важных особенностей, которые обеспечивают им преимущества перед конкурентами:

1. Инновационные технологии. Audi известна своими передовыми технологическими решениями, включая системы информационно-развлекательного комплекса, системы безопасности и водительской помощи. Эти инновации делают вождение более безопасным, удобным и интересным для клиентов. Например, Audi

предлагает продвинутые системы автопилота и полностью цифровые панели приборов.

2. Качество и надежность. Audi славится своим немецким качеством и надежностью. Автомобили Audi изготавливаются с использованием высококачественных материалов и проходят строгий контроль качества, что обеспечивает долгий срок службы и минимальные проблемы во время эксплуатации.

3. Широкий выбор моделей. Audi предлагает широкий спектр автомобильных моделей, начиная от компактных седанов и заканчивая роскошными спортивными автомобилями и внедорожниками. Это позволяет клиентам выбирать автомобиль, который соответствует их потребностям и стилю жизни.

4. Электрические автомобили. В эпоху растущего интереса к электрической мобильности, Audi предлагает широкий выбор электрических автомобилей. Эти автомобили позволяют клиентам участвовать в устойчивой мобильности и снижении выбросов углерода.

5. Финансовые услуги. Audi предоставляет гибкие финансовые услуги, включая кредиты и лизинг, что делает покупку и владение Audi более доступным и удобным для клиентов.

6. Индивидуальная настройка. Клиенты Audi имеют возможность индивидуальной настройки своих автомобилей с использованием различных опций и аксессуаров, что позволяет им создать автомобиль, соответствующий их уникальным потребностям и вкусу.

7. Сервис и поддержка. Audi предлагает высококачественный сервис и техническую поддержку, включая гарантийное обслуживание и быстрый доступ к запчастям. Это обеспечивает удовлетворение клиентов и сохранение автомобилей в отличной форме.

Все эти особенности делают продукты и услуги Audi привлекательными для целевых потребителей, которые ценят качество, инновации и возможность выбора, а также стремятся к экологически устойчивой мобильности.

1.4 Анализ взаимодействия покупателя с продуктом выбранной компании

Взаимодействие покупателя с продуктами Audi может быть представлено следующим образом:

Покупатели начинают свое взаимодействие с продуктами Audi, рассматривая различные модели автомобилей и выбирая ту, которая соответствует их потребностям и предпочтениям. Этот этап включает в себя изучение технических характеристик, дизайна, опций и ценовой политики.

После приобретения Audi, покупатели начинают использовать свой автомобиль. Здесь важным аспектом взаимодействия является комфорт и удовлетворение вождения. Качество салона, управляемость, безопасность и возможности развлечений (например, системы информационно-развлекательного комплекса) оказывают влияние на пользовательский опыт.

Покупатели взаимодействуют с продуктом Audi через регулярное техническое обслуживание и ремонт. Это важно для поддержания надежности и долговечности автомобиля. Audi предоставляет высококачественный сервис, что способствует долгосрочным отношениям с клиентами.

Audi предоставляет возможность индивидуальной настройки автомобилей, что позволяет покупателям создавать уникальные автомобили, отвечающие их личным потребностям и стилю жизни. Это подчеркивает важность взаимодействия с продуктом, чтобы сделать его максимально подходящим для клиента.

Многие автомобили Audi оборудованы современными системами связи и коннективности, что позволяет владельцам оставаться связанными с своим автомобилем даже вне дороги. Это включает в себя возможность дистанционного управления автомобилем, получение обновлений программного обеспечения и другие функции.

1. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с.

2. Данченко Л. А. [и др.] Маркетинг: учебник и практикум для академического бакалавриата— Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с.

3. Иванова Е.А., Терешина Н.В., Шлеин В.А. Основы маркетинга. Учебное пособие. - М: - РУТ (МИИТ), 2018. - 133 с

4. Карпова С.В., Мхитарян С.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата. Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с.

5. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с.

6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. / Пер. с англ. М.: - Вильямс. 2019. — 496 с.

7. Транспортный маркетинг: учебник / под редакцией В.Г. Галабурды и Ю.И. Соколова.

— М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020. — 472 с. - Режим доступа: <http://umczdt.ru/books/1216/242217/>

8. <https://ru.investing.com/equities/audi-ag-income-statement>

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/kurovaya-rabota/378921>