

*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/kursovaya-rabota/396960>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Маркетинг

## ВВЕДЕНИЕ

### 1 АНАЛИЗ ТИПА БИЗНЕСА И УСЛУГ

### 2 SWOT-АНАЛИЗ И КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

### 3 АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ МОДЕЛИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

### 4 АНАЛИЗ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ БИЗНЕСА И РЫНОЧНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

### 5 АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ

### 6 АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ И КОММУНИКАЦИЙ

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

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Актуальность темы. Маркетинговая деятельность — это тактика и стратегия, которые использует бизнес, чтобы побудить клиентов покупать товары или услуги. Маркетинговая деятельность может также включать в себя инициативы по лучшему пониманию потребителей, например, исследование рынка.

Компании используют различные маркетинговые мероприятия, такие как кампании по электронной почте, платную рекламу или поисковую оптимизацию, чтобы привлечь постоянных и потенциальных клиентов.

Эффективный маркетинговый план включает в себя различные маркетинговые инструменты и тактики и отслеживает маркетинговые показатели для оценки эффективности и результатов.

Успешная рекламная деятельность в сфере услуг требует оценки ее эффективности. Оценка эффективности рекламной деятельности необходима, чтобы извлечь максимальную выгоду из рекламы, то есть получить максимальное число клиентов при минимальных затратах. Эта оценка позволяет определить условие оптимального воздействия рекламы на потенциального клиента, выявить результативность отдельных средств ее распространения, а также получить вообще информацию о целесообразности рекламы.

Реклама — самый распространенный и проверенный маркетинговый инструмент, используемый самыми разными компаниями. Существуют различные средства, которые компании используют для рекламы своего продукта. Цель рекламы — охватить людей, которые с наибольшей вероятностью готовы платить за товары или услуги компании, и побудить их совершить покупку. Реклама имеет четкие цели.

Целью курсовой работы является анализ транспортной компании «Салаир».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- дать общую характеристику компании «Салаир»;
- проведение SWOT-анализа компании «Салаир»;
- провести анализ рыночной модели потребления;
- провести анализ внешних факторов бизнеса;
- провести анализ внутренней среды;
- провести анализ стратегии продвижения коммуникаций.

Проанализировав учебную литературу, можно сделать вывод, что данная тема не является достаточно изученной и требует дальнейшего рассмотрения.

Объектом курсового исследования является транспортная компания «Салаир».

Предметом исследования является оценка стратегии продвижения коммуникаций компании «Салаир».

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

Научная новизна курсовой работы состоит в теоретико-методологическом обосновании авторской концепции продвижения товаров за счет эффективности маркетинговой деятельности.

### 1 АНАЛИЗ ТИПА БИЗНЕСА И УСЛУГ

Проведем анализ компании «Салаир».

Сегодня ООО «Салаир» – одна из крупнейших транспортно-логистических компаний в России и СНГ.

Ежедневно мы исполняем более 800 заявок на перевозки от своих клиентов в 75 регионах России. Одна из ключевых задач «Салаир» на рынке транспортно-логистических услуг – цифровизация бизнес-процессов в логистике, что позволяет нам предлагать своим клиентам высокий и своевременный сервис. За годы присутствия на рынке мы сформировали экспертизу, которая позволяет нам решать самые сложные задачи при организации доставки грузов своим клиентам из любых точек мира. Своевременность доставки грузов является основой производственного цикла. Сегодня нам доверяют свои логистические цепочки более 100 предприятий в России и СНГ.

1. Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2006. – № 12. – Ст. 1232.
2. Бондаренко, В.А. Вопросы коммуникационной политики и использования малобюджетных маркетинговых коммуникаций в качестве инструмента продвижения в малом бизнесе: теоретический аспект // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2020. – Т. 39. – С. 751-755.
3. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования: теория и практика. – Люберцы: Юрайт, 2019. – 570 с.
4. Гордеева, О.В. Маркетинговые стратегии как элемент формирования имиджа организации // Вестник Поволжского гос. ун-та сервиса. Сер.: Экономика. – 2021. – № 3 (45). – С. 104-106.
5. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. —559 с. — (Серия: Бакалавр. Прикладной курс).
6. Дергузов, Э.А. Организация маркетинговой деятельности на предприятии // Вестник молодых ученых и специалистов Самарского гос. ун-та. – 2021. – № 1 (6). – С. 93-97.
7. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 340 с.
8. Зими́на, И.П. Роль маркетинга в управлении современным бизнесом // Управленческие науки. – 2020. – № 1. – С. 48-51.
9. Кихтан, Я.В. Исследование инструментов внутренних коммуникаций // Профессионал года. – 2019. – 123 с.
10. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учебное пособие / А. К. Александров [и др.]; под общ. ред. В. М. Круглика. — Минск: Новое знание; Москва: ИНФРА-М, 2020. — 285 с.
11. Маркетинг: учеб. пособие / Ю. Ю. Суслова, Е. В. Щербенко, О. С. Веремеенко, О. Г. Алешина. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2019. - 380 с.
12. Трубицина, В.А. Роль маркетинга в деятельности предприятия // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2020. – Т. 34. – С. 245-249.

*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/kursovaya-rabota/396960>