


Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
КОЛЛЕДЖ АВТОМАТИЗАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ №20  
(ГБПОУ КАИТ № 20)

## КУРСОВАЯ РАБОТА



Анализ стратегии,  
программы маркетинга  
и рекламы

(на примере компании ООО Торговый дом «Настюша»  
-  
производителя хлеба и хлебобулочных изделий)»

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ: Реклама

ГРУППА: Р-31

ИСПОЛНИТЕЛЬ: XXXXXXXXXX

РУКОВОДИТЕЛЬ: Осетрова Мария Николаевна



Москва, 2014 год

# Цели и задачи курсового проекта

## Цели курсового проекта:

- XXXX
- XXXX
- XXXX



---

## Задачи курсового проекта для достижения поставленных целей:

- XXXXX
- XXXXX
- XXXXX

# ООО Торговый дом «Настюша»



- Поставщик высококачественной муки и хлебобулочной продукции крупнейших московских предприятий.
- С 2010 года - абсолютный лидер по востребованности на рынке производства хлеба и хлебобулочных изделий в России.
- Объём продукции, поставляемой компанией на рынок, по экспертным оценкам, составляет 25% от общего объема, производимой хлебобулочной продукции в Московском регионе.

# Социологическое исследование



Цель исследования - XXXXXXXXX

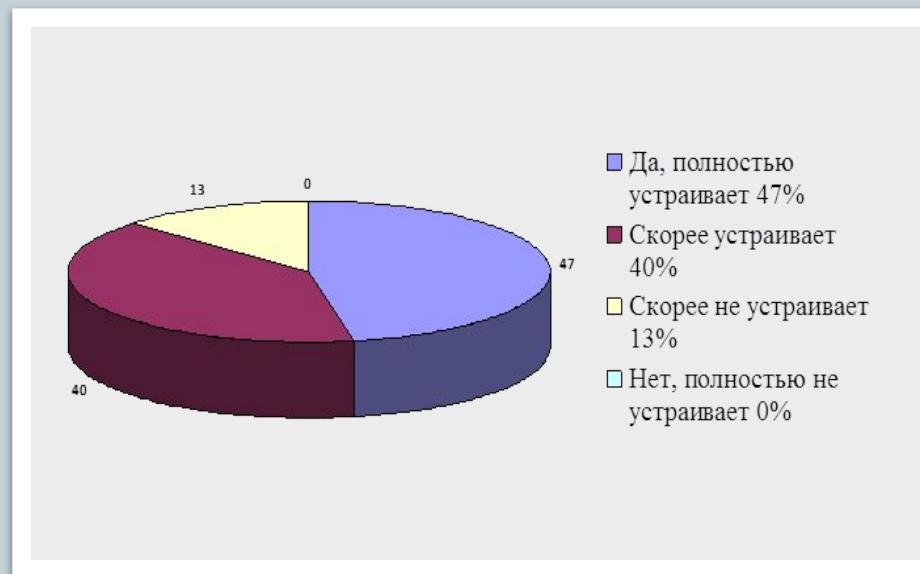
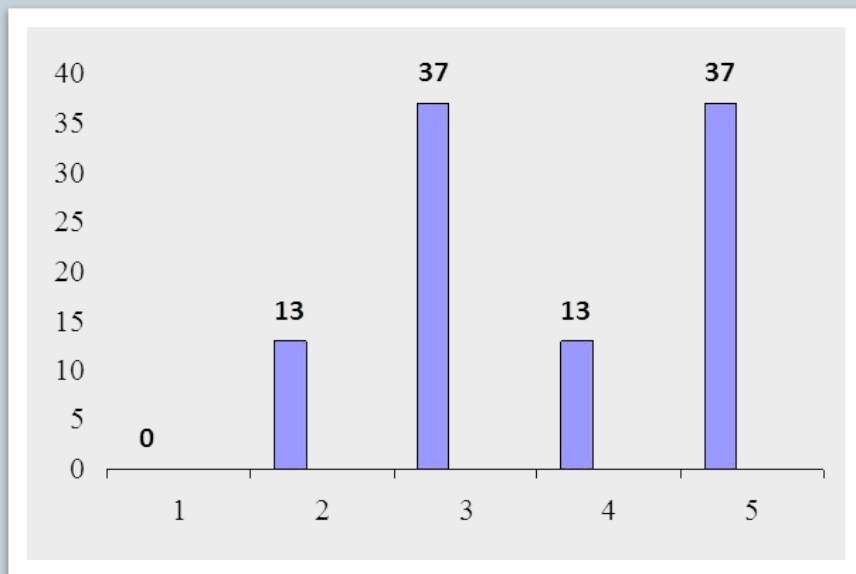


Рис. 1 Оценка ассортимента продуктов

Рис. 2 Оценка ценовой категории продукции

# Социологическое исследование



## Перекрестный анализ

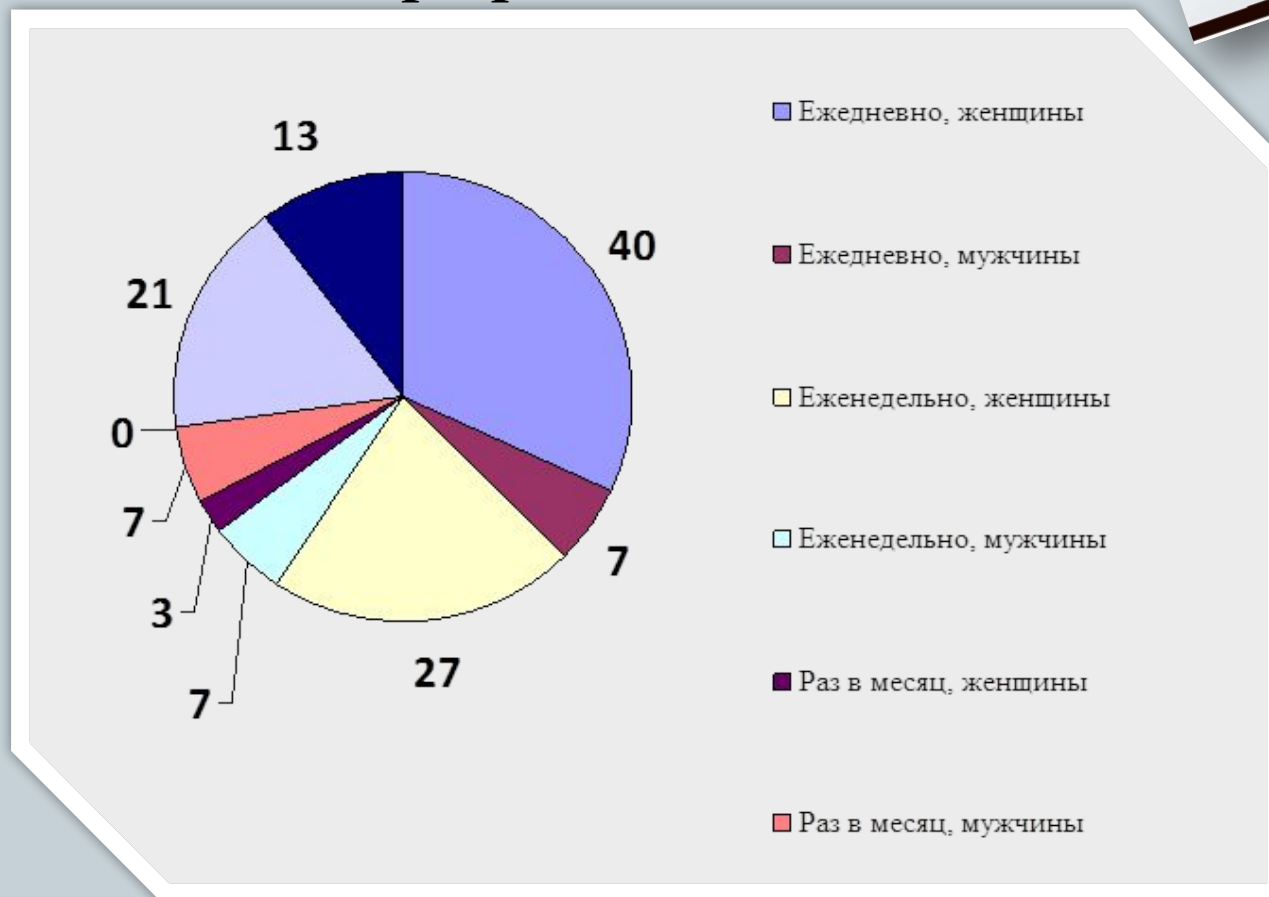


Рис. 3 Частота приобретения продукции покупателями

# Социологическое исследование



## Перекрестный анализ



**Рис. 4** *Уровень популярности рекламных средств, используемых компанией среди потенциальных потребителей*

# Анализ рекламного видеоролика на примере рекламы «Зерновой компании Настюша»



*«Компания Настюша, принцип действия такой – только лучшее зерно становится мукой.»*

XXXXXX

XXXXXX

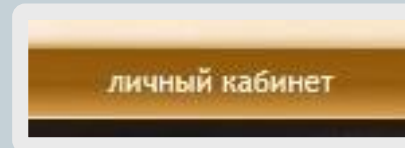
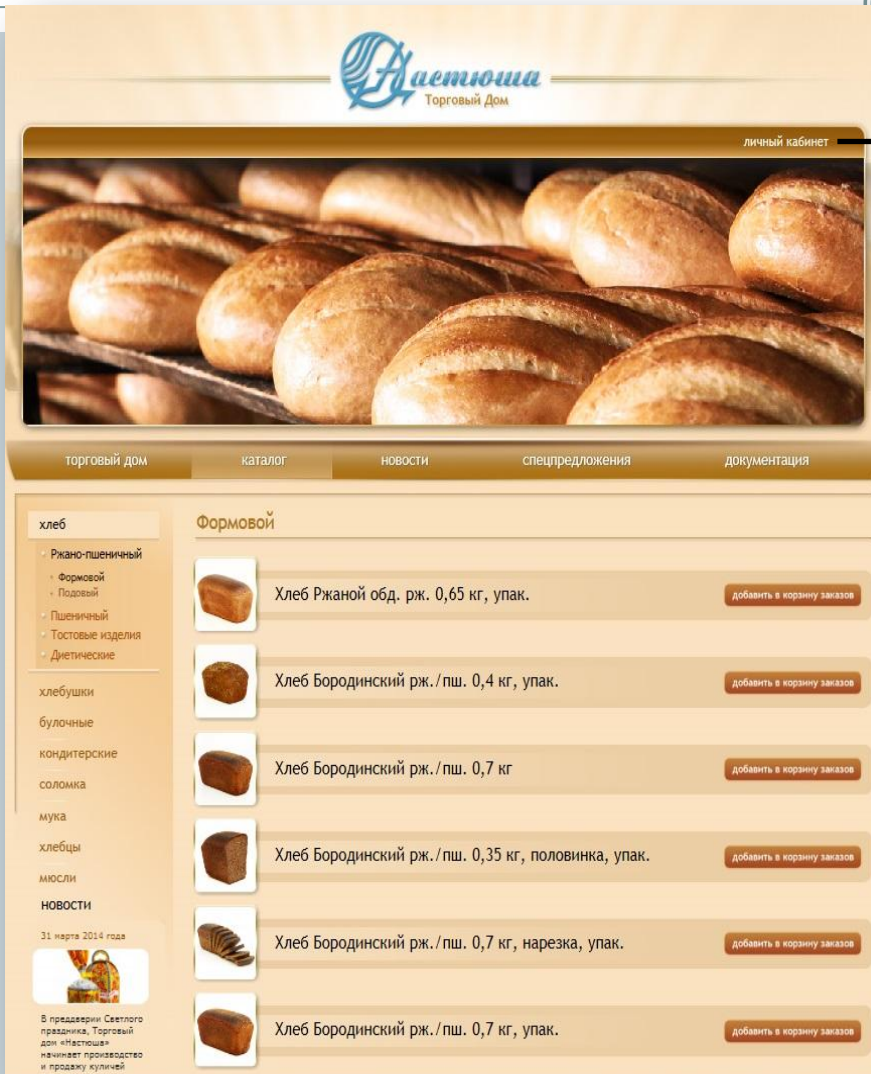


«Наша целевая группа — покупатели со средним доходом и выше — очень чувствительна к рекламе, поэтому мы выбираем поставщиков, которые активно продвигают свои бренды»

«Настюша» заставила маркетологов задуматься о пользе рекламы для сырьевых товаров и опровергла утверждение о том, что тратить деньги на прямую рекламу сырьевых товаров бесполезно».

# Анализ официального сайта компании

www.tdnastyusha.ru



Достоинства	Недостатки
❖ XXXXXXXX	❖ XXXXXXXX



# SWOT-анализ

Цель проведения: XXXXXXXXXX



## Сильные стороны

1. XXXXX
2. XXXXX
3. XXXXX
4. XXXXX
5. XXXXX

## Слабые стороны

1. XXXXXX
2. XXXXXX

Матрица БКГ:  
XXXXX

Маркетинговые стратегии:  
XXXXXX

# Заключение



XXXXXX



XXXXXX