

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



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

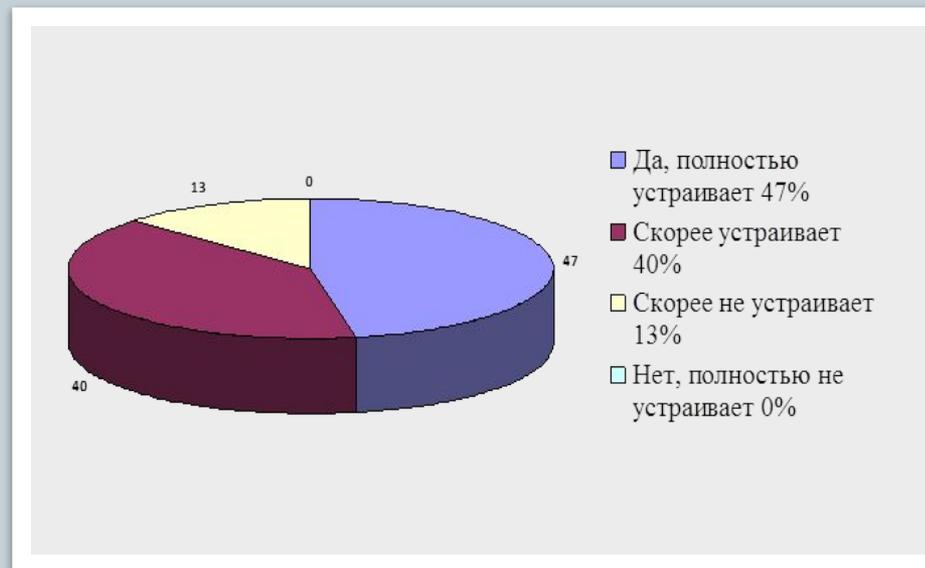
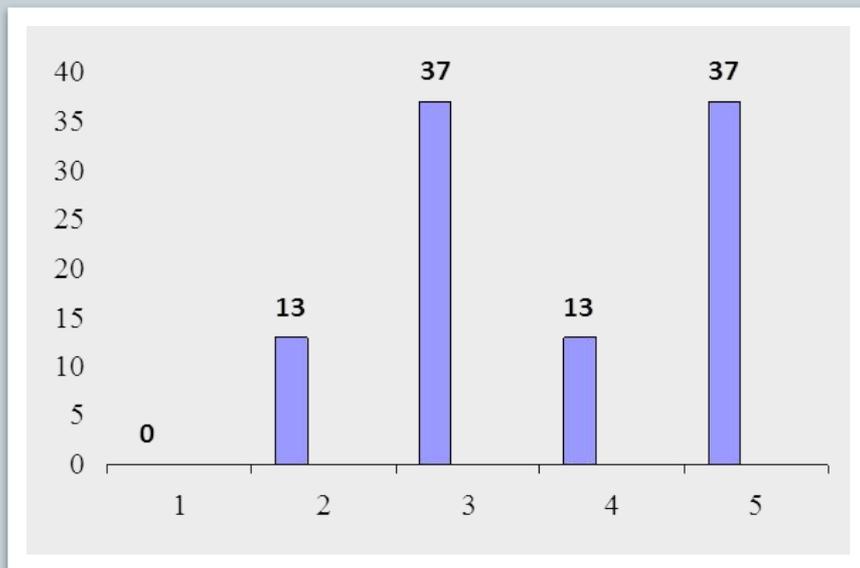


Рис. 1 Оценка ассортимента продуктов

Рис. 2 Оценка ценовой категории продукции

Социологическое исследование



Перекрестный анализ

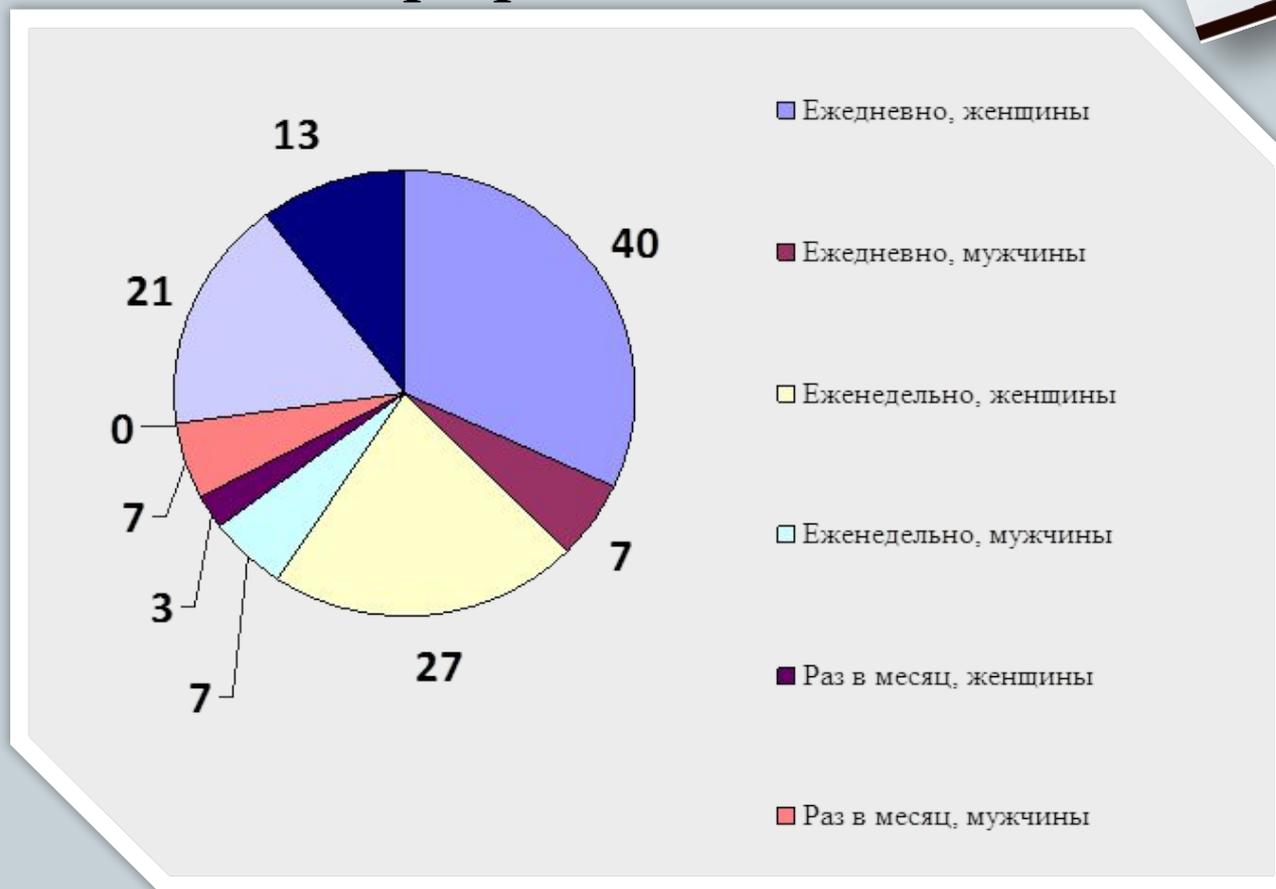


Рис. 3 Частота приобретения продукции покупателями

Социологическое исследование



Перекрестный анализ

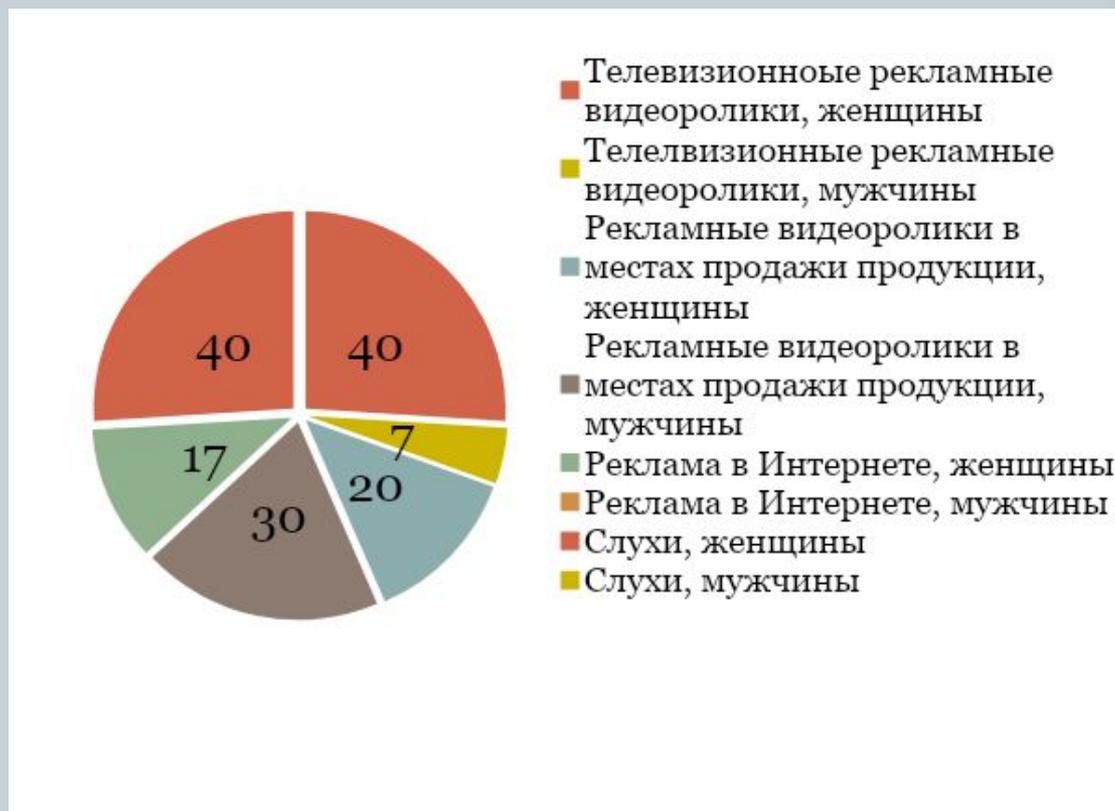


Рис. 4 *Уровень популярности рекламных средств, используемых компанией среди потенциальных потребителей*

Анализ рекламного видеоролика на примере рекламы «Зерновой компании Настюша»



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

XXXXXX

XXXXXX

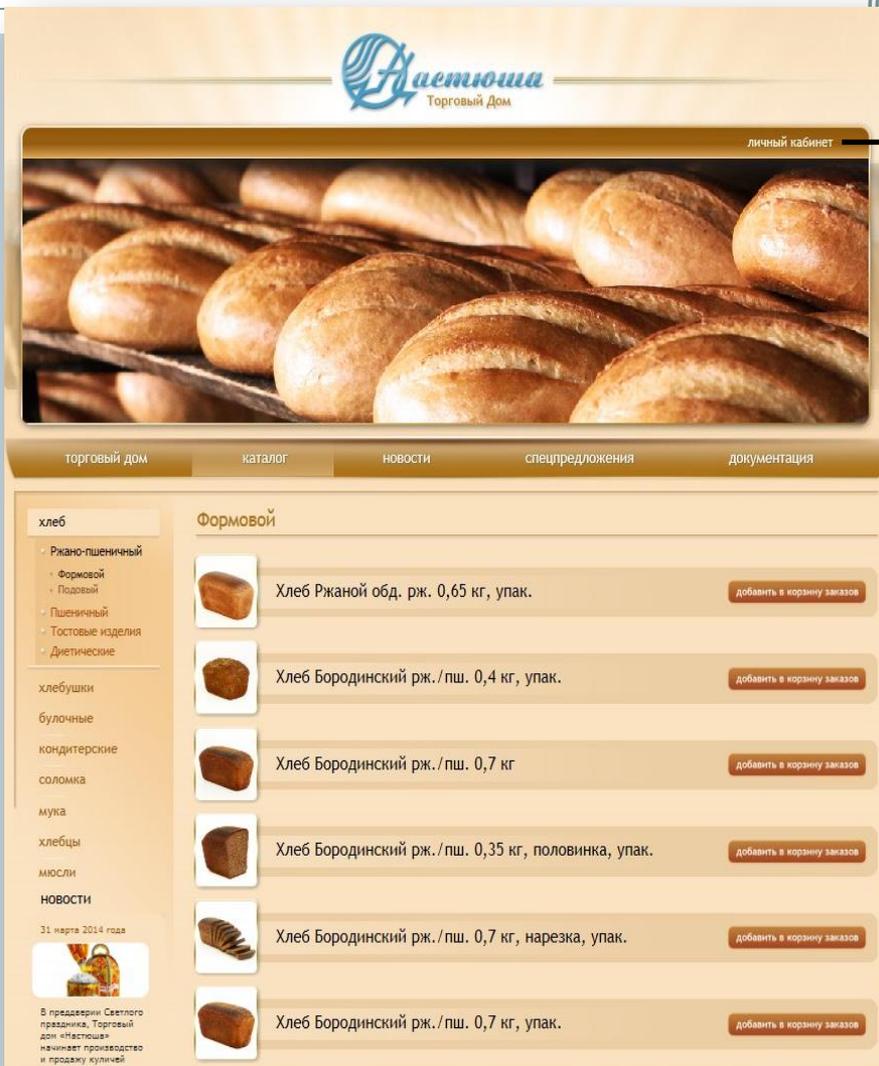


«Наша целевая группа — покупатели со средним доходом и выше — очень чувствительна к рекламе, поэтому мы выбираем поставщиков, которые активно продвигают свои бренды»

«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



личный кабинет

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