

ВУЗ

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

**«Стратегический анализ внутренней и внешней
среды предприятия (на примере ООО
«Космовит»）」**

Выполнил:

фио

Научный руководитель:

фио

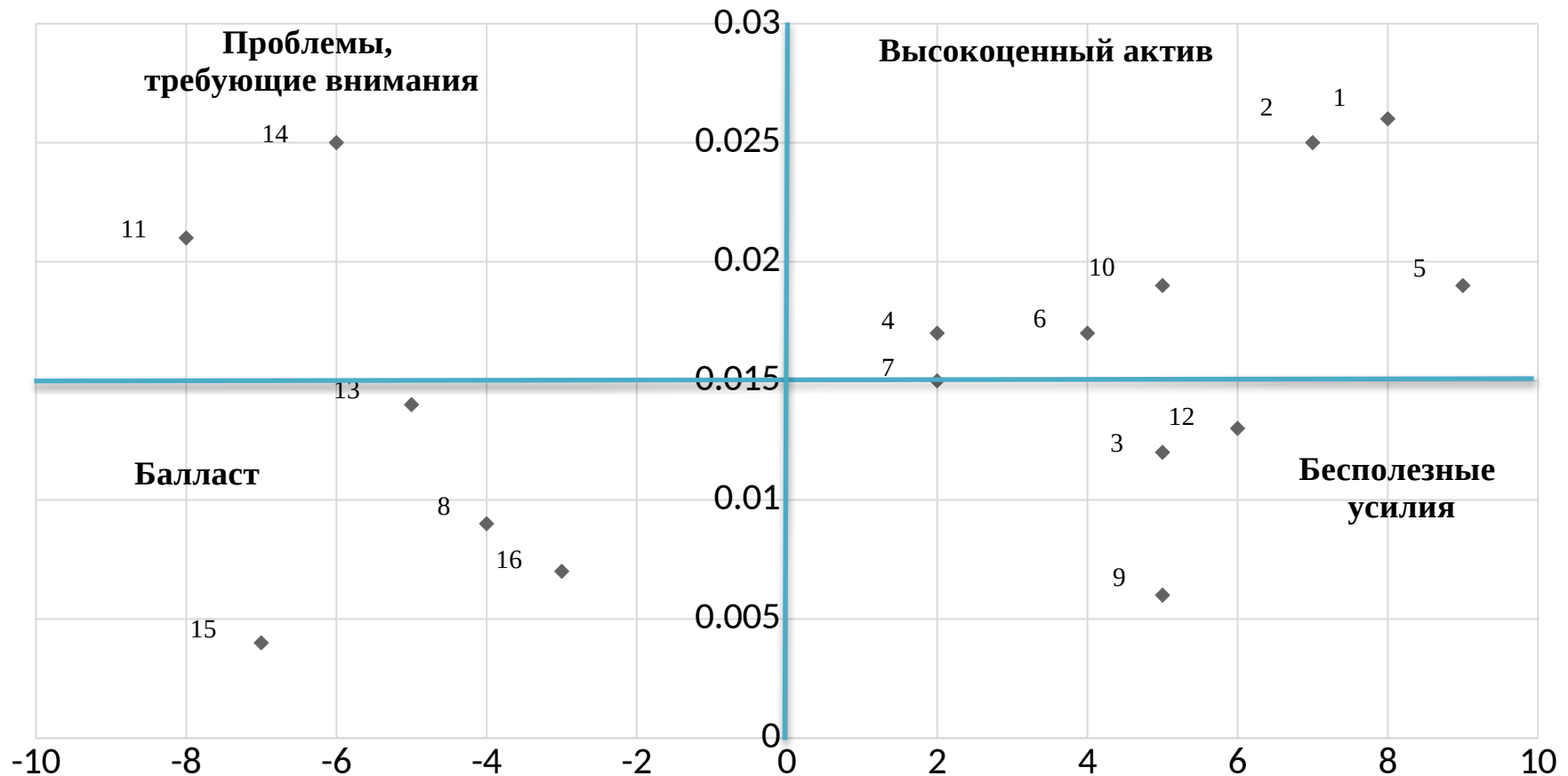
Цель и задачи

Цель - оценка влияния внешних и внутренних факторов на эффективность деятельности предприятия.

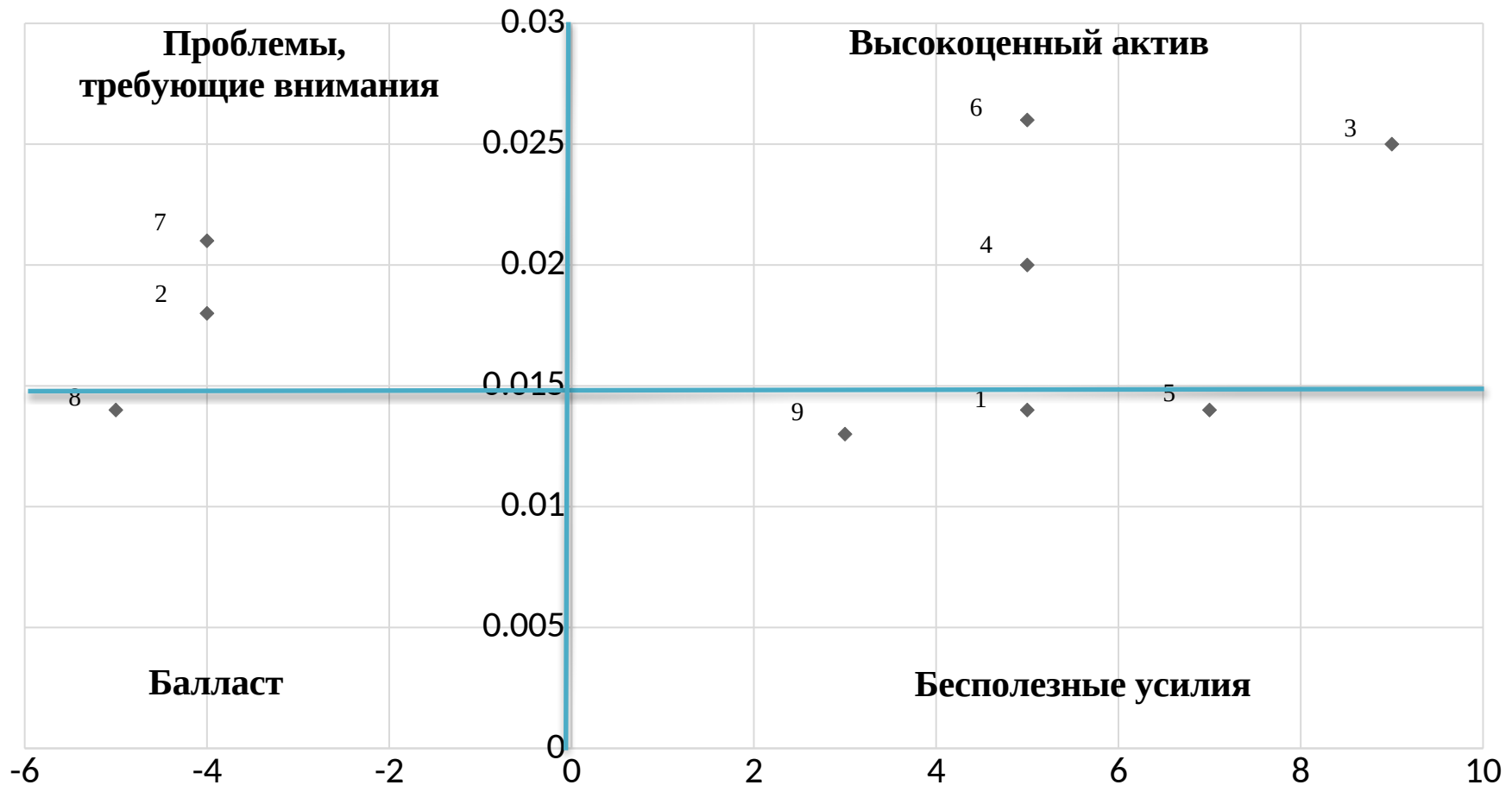
Задачи:

1. рассмотреть понятие внешней среды организации;
2. изучить методы анализа внешней среды;
3. изучить понятие и сущность внутренней среды организации;
4. провести обзор современных методов анализа внутренней среды организации;
5. дать краткую характеристику ООО «Космовит»;
6. провести анализ внешней среды ООО «Космовит»;
7. провести анализ внутренней среды ООО «Космовит»;
8. обосновать выбор стратегии организации.

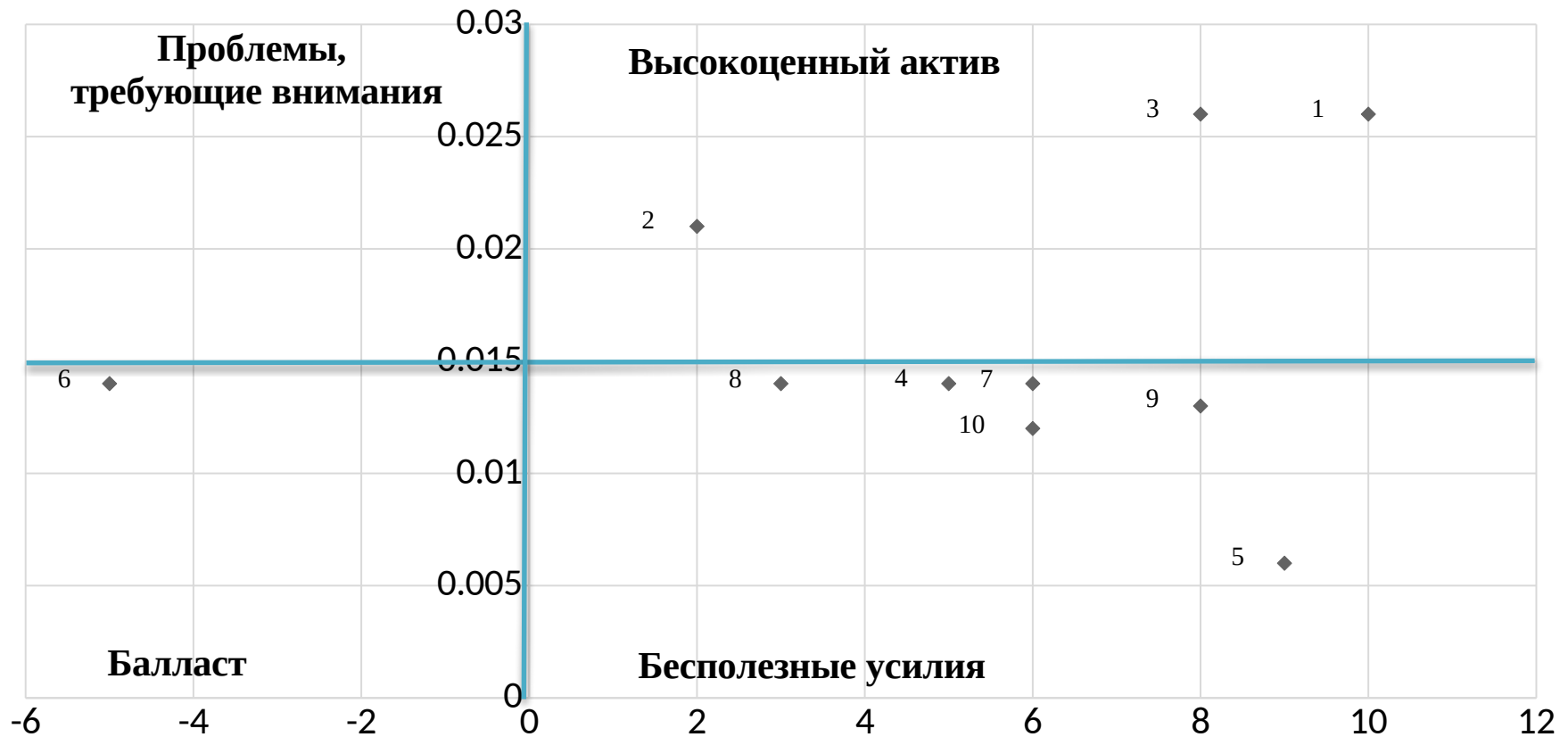
Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по кадровым ресурсам



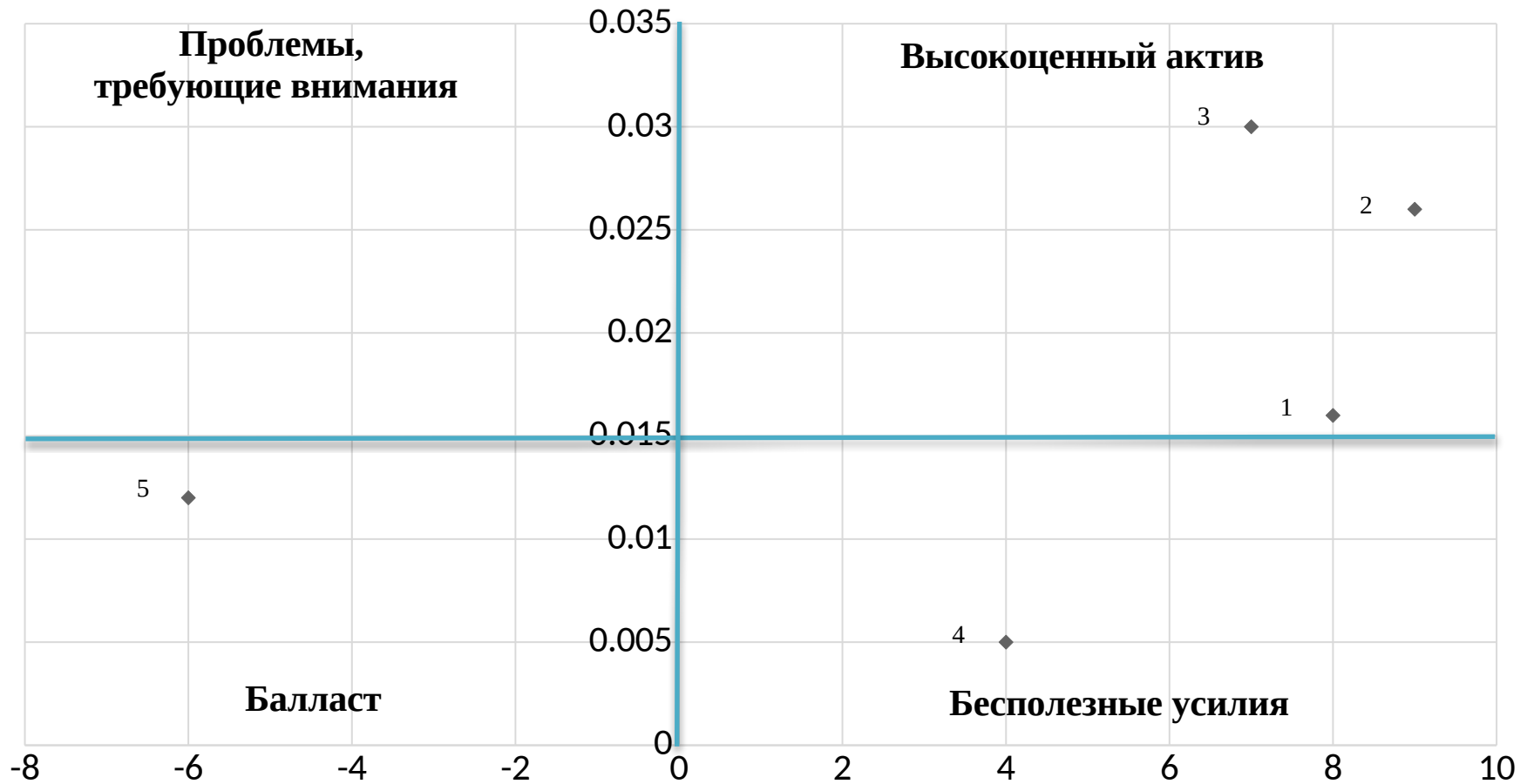
Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по финансовым ресурсам



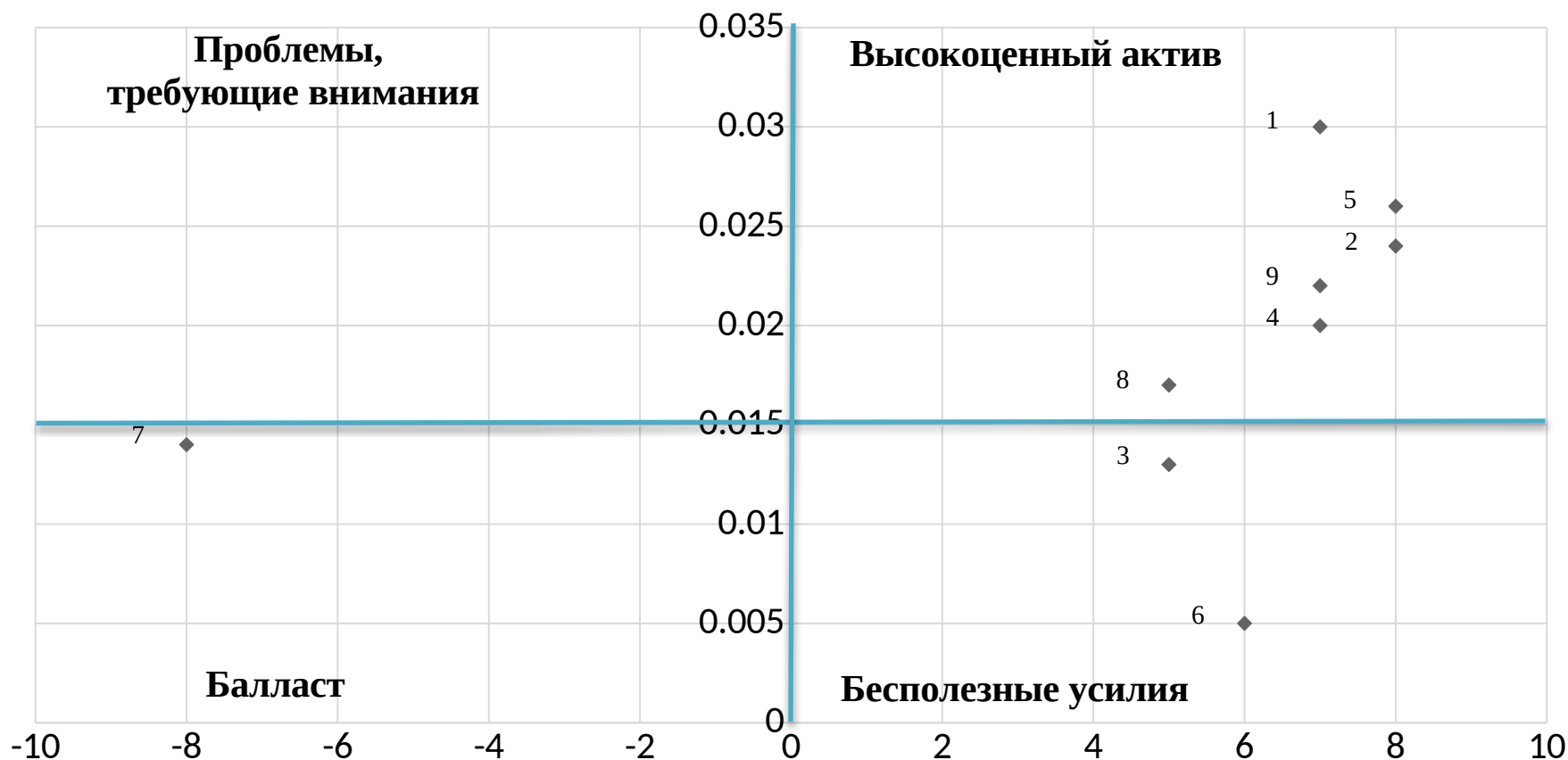
Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по информационным ресурсам



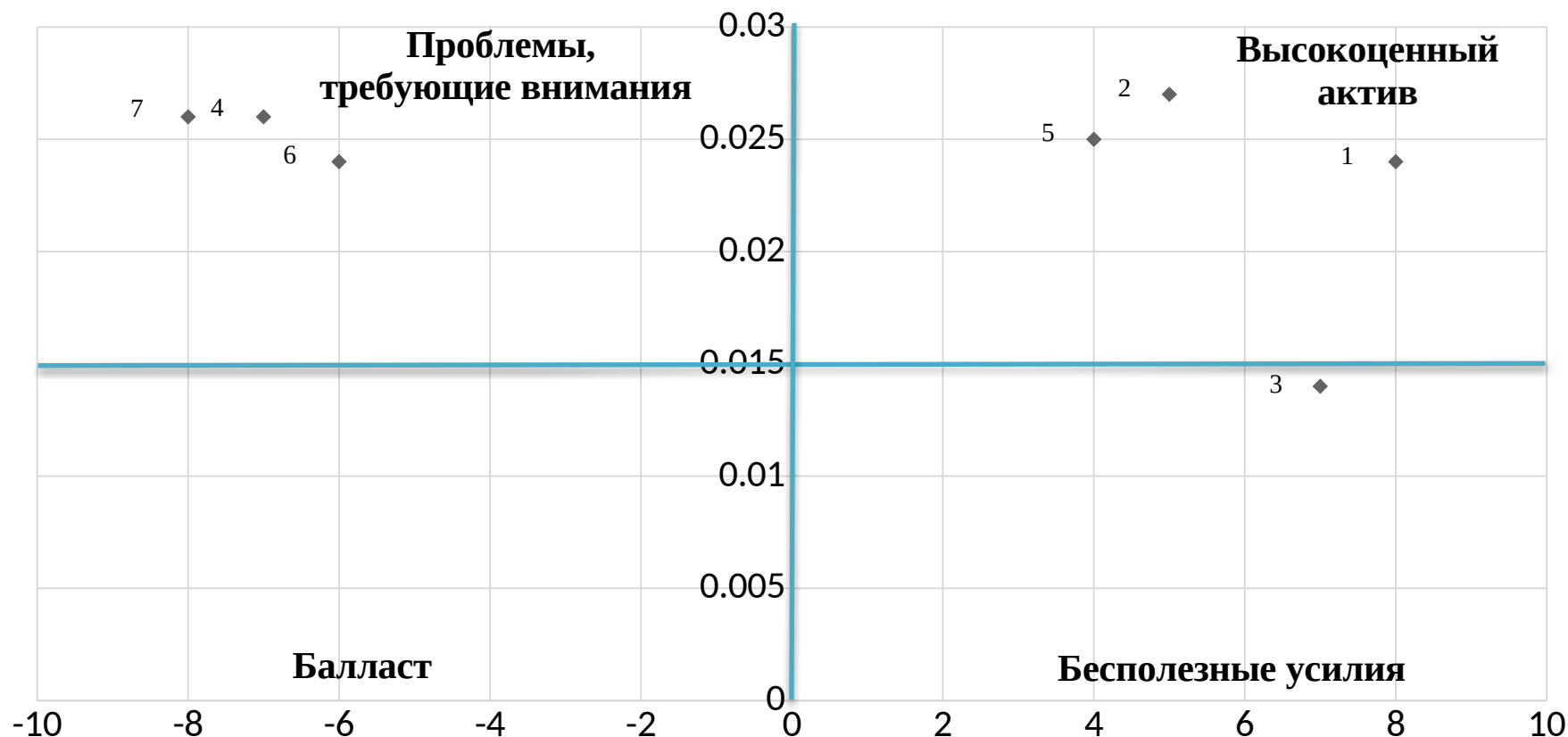
Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по материальным ресурсам



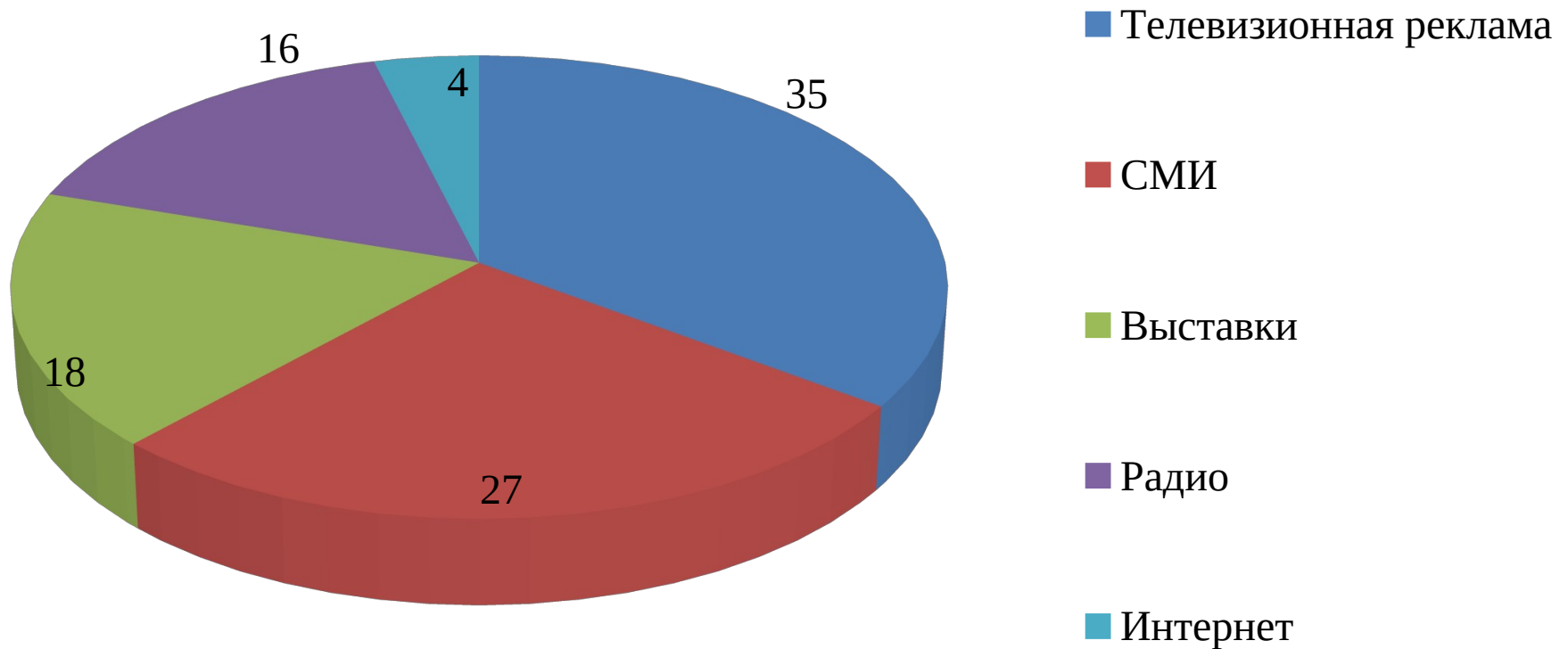
Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по производственному блоку и рынку



Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по регламентам и корпоративному управлению



Структура рекламных средств, применяемых в ООО «Космовит» (%)



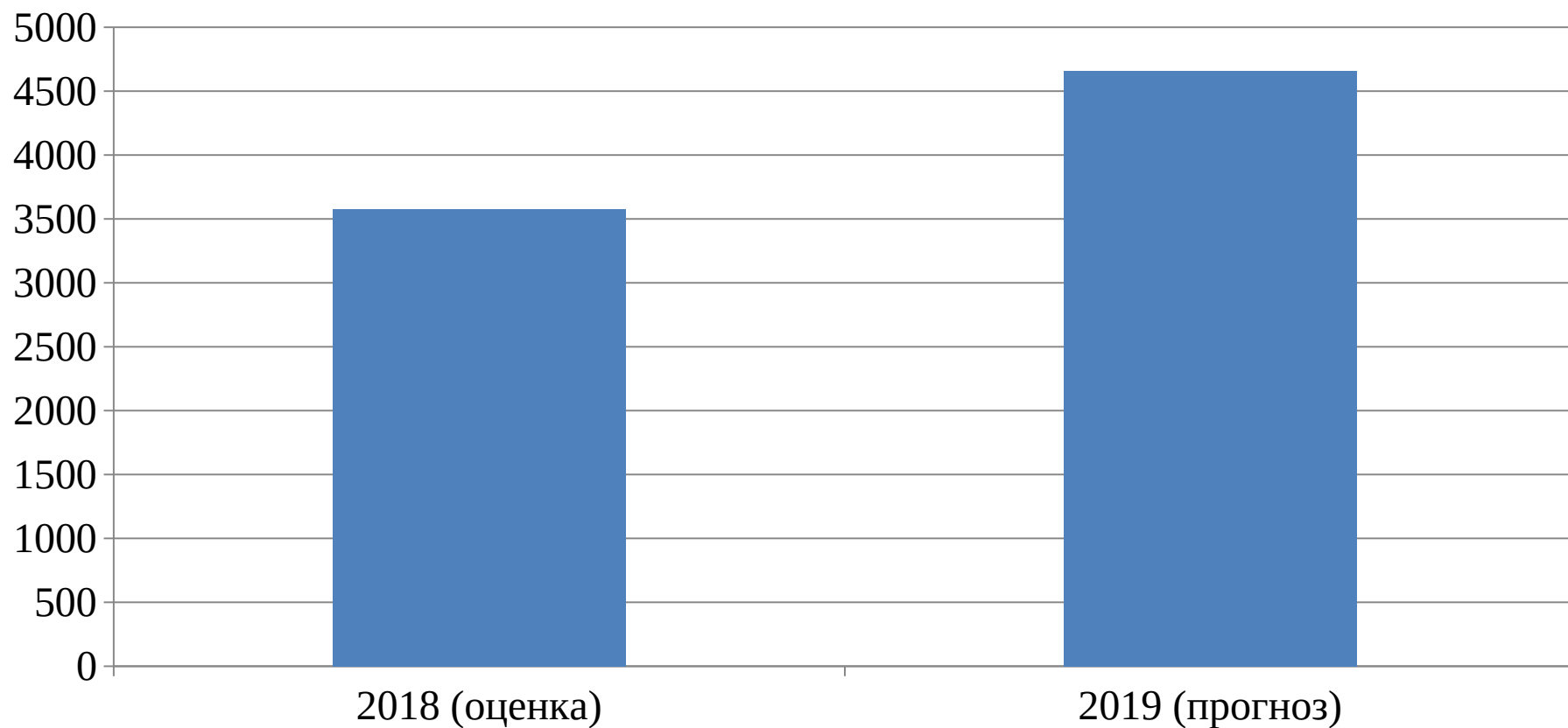
План основных видов распространения рекламы ООО «Космовит»

Средство рекламы	Примеры расценок	Преимущества	Ограничения
Журнал	50–70 руб. см ²	Гибкость, своевременность, хороший охват местного рынка	Достаточно высокая стоимость
Телевидение:	15-40 руб. слово	Сочетание изображения, звука, движения, чувственное воздействие. Высокая степень привлечения внимания, широта охвата.	Высокая абсолютная стоимость, перегруженность. Мимолетность рекламного контакта
Радиостанции	20-40 руб. за секунду вещания	Массовость использования, высокая демографическая избирательность, низкая стоимость	Степень привлечения внимания ниже, чем у телевидения, мимолетность рекламного контакта.

Мероприятия по пропаганде ООО «Космовит»

Мероприятия	Средства распространения информации	Цель мероприятия
1. Листовки об ООО «Космовит» и производимых товарах	Настольные анонсные стойки	Информирование потенциальных клиентов о деятельности предприятия.
2. Печать в ведущих печатных изданиях серий статей, рассказывающих об ООО «Космовит»	Пресса	Создание положительного имиджа новой продукции
3. Выпуск рекламного ролика или запуск бегущей строки на телевидении, и опубликование в газете/журналах	СМИ	Рекламирование ООО «Космовит»

Динамика прибыли ООО «Космовит»



По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что перед ООО «Космовит» стоит задача достижения лидерства по ряду стратегических направлений деятельности.

Стимулирование сбыта ООО «Космовит» включает в себя все виды деятельности по продвижению бренда, направленные на стимулирование действий покупателя, другими словами, способные стимулировать незамедлительную продажу детских товаров, и включают в себя, как правило, комплекс рекламных мероприятий.

Предполагается, что реализация разработанных в данной работе мероприятий будет способствовать повышению финансовых результатов ООО «Космовит».

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!