Стратегия продвижения продукта на примере компании

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА РЫНКЕ

1.1 Понятие и средства продвижения товаров

1.2 Разработка стратегии продвижения товаров на рынке

2 АНАЛИЗ ЭЛЕМЕНТОВ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ КОМПАНИИ

2.1 Краткая характеристика деятельности компании

2.2 Бренды и рыночные сегменты потребителей продукции

2.3 Анализ факторов маркетинговой среды деятельности компании

2.4 Анализ политики и стратегии продвижения компании

3 ОПТИМИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ КОМПАНИИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЯ

**Заключение**

В соответствии с поставленной целью в работе рассмотрены вопросы формирования стратегии продвижения продукта и выявлены основные направления оптимизации стратегии продвижения брендов компании. Это позволило сделать ряд выводов по изучаемой теме. Приведем основные из них.

**Продвижение в маркетинге рассматривается как комплекс коммуникационных мер компании, направленных на доведение информации до целевой аудитории. При этом для разработки конкретных средств доведения информации важен стратегический подход.**

**Формирование стратегии продвижения немыслимо без знания миссии и общей стратегии компании. Кроме того, при разработке стратегии продвижения** определяется целевой рынок или сегмент, на который будут ориентироваться решения о том – какой товар, по какой цене и с помощью каких каналов будет продвигаться к потребителю. На базе этих сведений принимают решение о комплексе средств продвижения. Каждому выбранному средству коммуникаций (паблик рилейшнз, реклама и др.) определяется цель, рассчитывается бюджет и определяется стратегия – комплекс действий для достижения цели. Все эти стратегии объединяются по бюджету, времени проведения, мероприятиям и исполнителям. После претворения в жизнь программы продвижения отслеживается реакция целевого рынка, которую сопоставляют с целями продвижения. По полученным результатам при достижении целей продвижения могут вносится коррективы в состав и содержание системы продвижения компании и, при необходимости, в общую программу маркетинга компании.

Рассматриваемая в работе международная компания уже более 150 лет на рынке пива и занимает первое место в Европе по объемам продаж и третье место в мире. Компания активно расширяет свою международную деятельность, выделяет сегменты потребителей по регионам потребления: Африка и Ближний Восток; Американский рынок; Азиатско-Тихоокеанский регион; Центральная и Восточная Европа; Западная Европа.

**СПИСОК ИСточников**

1 Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник. М.: Издательство «Финпресс», 2001. - 656 с.

2 Ландреви Ж., Леви Ж., Линдон Д. Меркатор. Теория и практика маркетинга / Пер с франц.: В 2т. -Т. 1. - М: МЦФЭР. 2006. - 664 с.

3 Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг, 8-е издание.: Пер. с англ. — М : OOО ИД*,* «Вильямс», 2007. — 832 с.

4 Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Бо­жук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с: ил. — (Серия «Деловой бестселлер»).

5 Ландреви Ж., Леви Ж., Линдон Д. Меркатор. Теория и практика маркетинга / Пер. с франц.: В 2 т. - Т. 2. - М.: МЦФЭР, 2006. - 512 с.

6 Акулич И. Л. Маркетинг: - Учебник/ И. Л. Акулич. - 2-е изд., перераб. и доп. - Мн.: Выш. шк., 2002. - 447 с.

7 Беккулиева Б.М. Планирование маркетинга: учебное пособие; под общ. ред. С.А. Каленовой. - Алматы: Экономика, 2012. - 248 с.

8 Маркетинг для менеджеров: Учебное пособие / И. В. Алешина. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. — 456 с.

9 Борисов Б., Овчинникова Т. Вектор развития концепции маркетингового управления // Практический маркетинг. – 2010, № 4.

10 Голубков Е.П. Современные тенденции развития маркетинга // Маркетинг в России и зарубежом. – 2004, № 1.

11 Маркетинг: общий курс : учеб. пособие дли студентов вузов, обучающихся по направлению 521600 «Экономика» / под ред. Н.Я. Колюжновой, А.Я. Якобсона. — М.: Изд-во Омега-Л. 2006. — 476 с.

12 Котлер Ф. Маркетинг 3.0 от продуктов к потребителям и далее к человеческой душе. М.: Эксмо, 2011 - 240 с.

13 Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации/А.А. Романов, А.В. Панько. — М.: Эксмо, 2006. — 432 с.

14 История компании Heineken // <http://www.heinekenrussia.ru>  
/company/heineken\_group/history/ (был доступен 12 декабря 2014 года).

15 Контроль качества продукции Heineken // http://www.heinekenrussia.ru/company/quality\_control/ (был доступен 15 декабря 2014 года).

16 Раздел «Brands» // http://www.theheinekencompany.com/brands (был доступен 2 января 2015 года)

17 Heineken N.V. Annual Report 2013, Amsterdam, 2014.

18 Heineken N.V. Annual Report 2012, Amsterdam, 2013.

19 Официальная статистическая информация Комитета по статистике   
Министерства национальной экономики РК Товарные рынки. // http://www.stat.gov.kz/faces/wcnav\_externalId/homeNumbersCommodity?\_afrLoop=865816839380553#%40%3F\_afrLoop%3D865816839380553%26\_adf.ctrl-state%3D8w310rke0\_372 (был доступен 15 декабря 2014 года).

20 Проект «Моя коллекция пивных этикеток» // http://gulikbeer.com.ua/almaty-alma-ata/dinal.html (был доступен 3 января 2015 года).

21 Efes и Heineken договорились о совместном бизнесе на рынке Казахстана. Центр деловой информации Капитал // http://kapital.kz/archive/14488/sdelka-goda.html (был доступен 25 декабря 2014 года).

22Довлатов Р. Казахстанский Efes остался без Heineken // http://expertonline.kz/a325/ (был доступен 27 декабря 2014 года).

23 Фефелова Е.Н. Стратегия продвижения продукции на региональном рынке с использованием факторов социально-экономической среды // http://articlekz.com/article/5410 (был доступен 18 декабря 2014 года).

24 Консолидированный отчет о финансовом состоянии ТОО «Эфес Казахстан», 2013 г.

25 Консолидированный отчет о финансовом состоянии ТОО «Эфес Казахстан», 2012 г.

26 Carlsberg Group. Fnnual Report. 2013.

27 Carlsberg Group. Fnnual Report. 2012.

28 Carlsberg Group. Fnnual Report. 2011.

29 Самый яркий эмоциональный креатив пивного бренда Heineken с семейными традициями и европейским наследием делают в Италии и Нидерландах // http://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/muzhskie-radosti-i-slabosti-heineken-143355 (был доступен 3 января 2015 года).

30 Креативная реклама Heineken // http://www.novate.ru/blogs/251209/13761/ (был доступен 4 января 2015 года).

31 Реклама пива Heineken // http://prointeresnoe.ru/reklama-piva-heineken.html (был доступен 5 явнваря 2015 года).

32 Раздел «Video Gallery» // http://www.theheinekencompany.com/media/  
video-gallery (был доступен 2 января 2015 года)/