

**Заказать дипломную работу от автора Вы можете на сайте [www.diplomstudent.net](http://www.diplomstudent.net)**

**ГРАФИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ К ДИПЛОМУ:**

Маркетинговые исследования импортного пива и сидра компании ООО «Монблан  
Премиум»

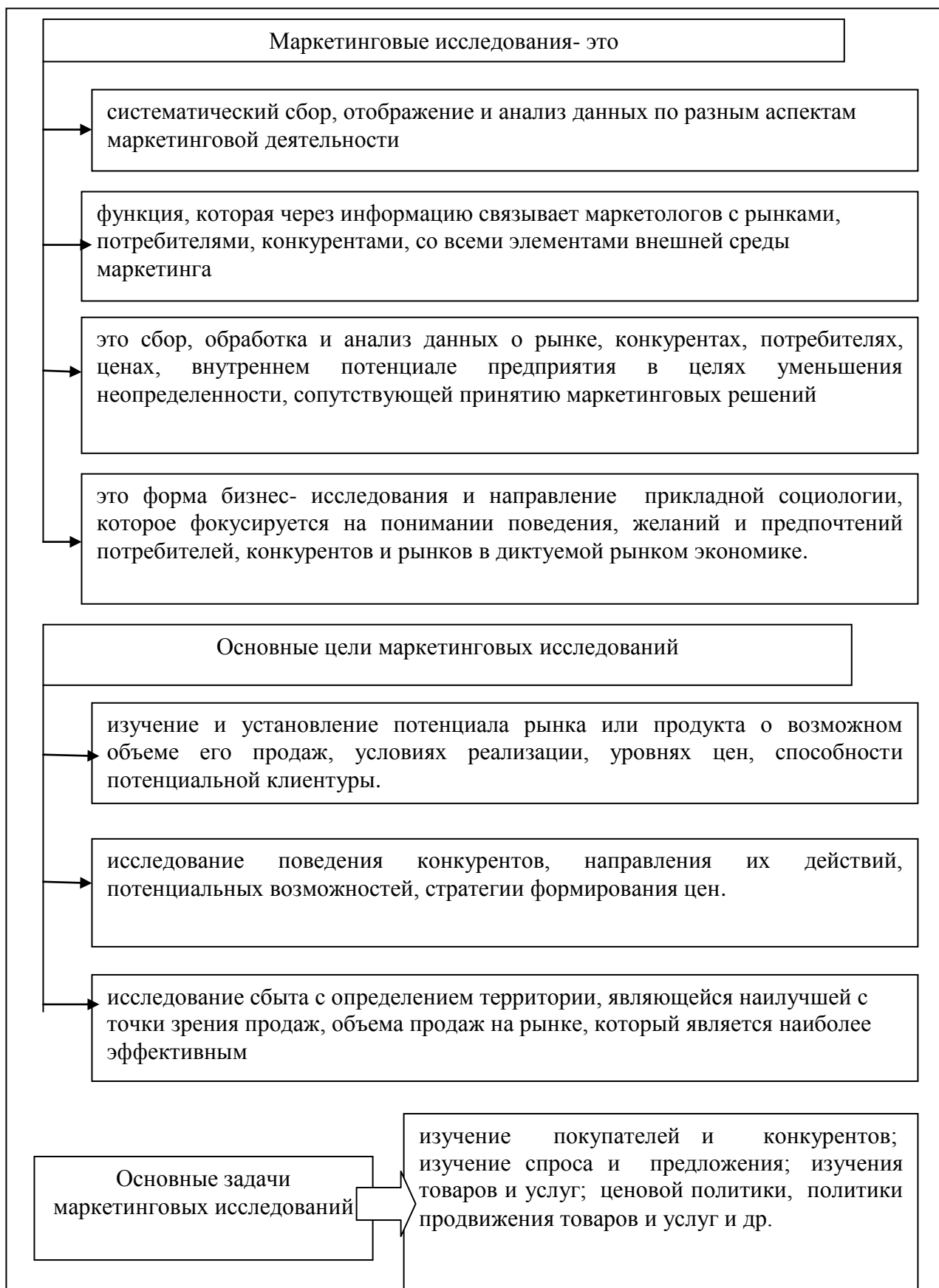


Рисунок 1.1- Понятие маркетинговых исследований, цели и задачи.

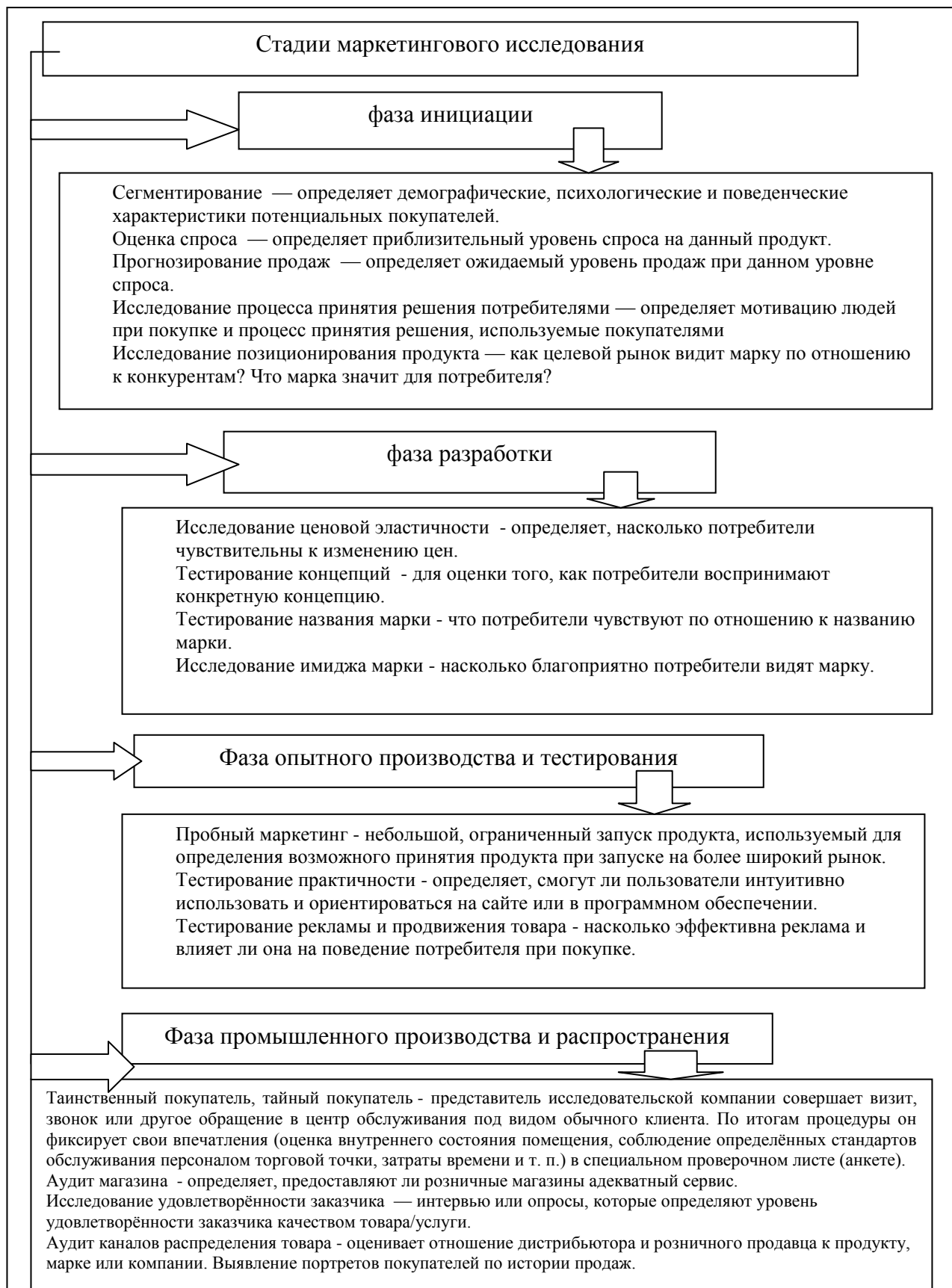


Рисунок 2- Стадии маркетингового исследования.



Рисунок 3- Процедура маркетингового исследования. [38]

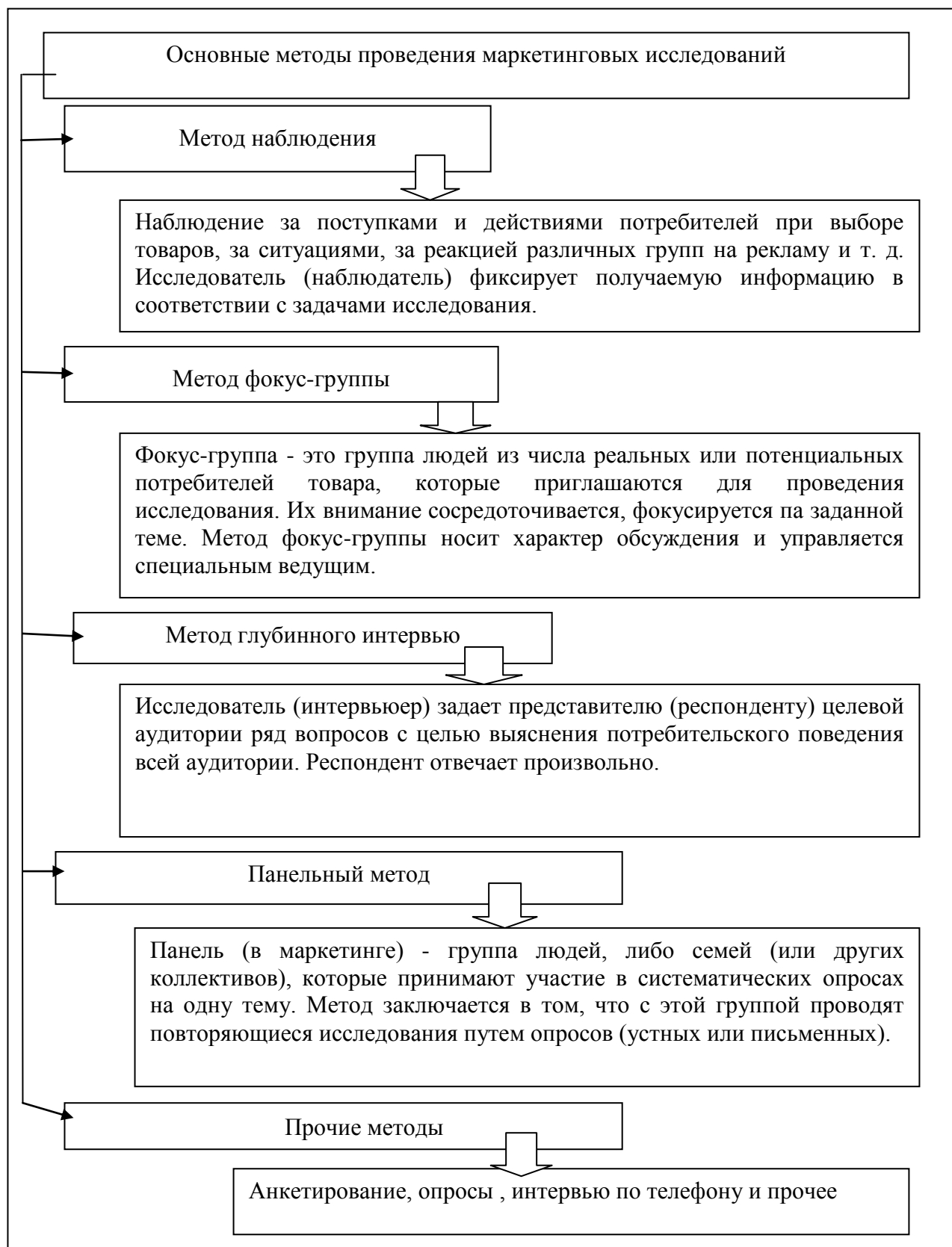


Рисунок 4- Основные методы проведения маркетинговых исследований.

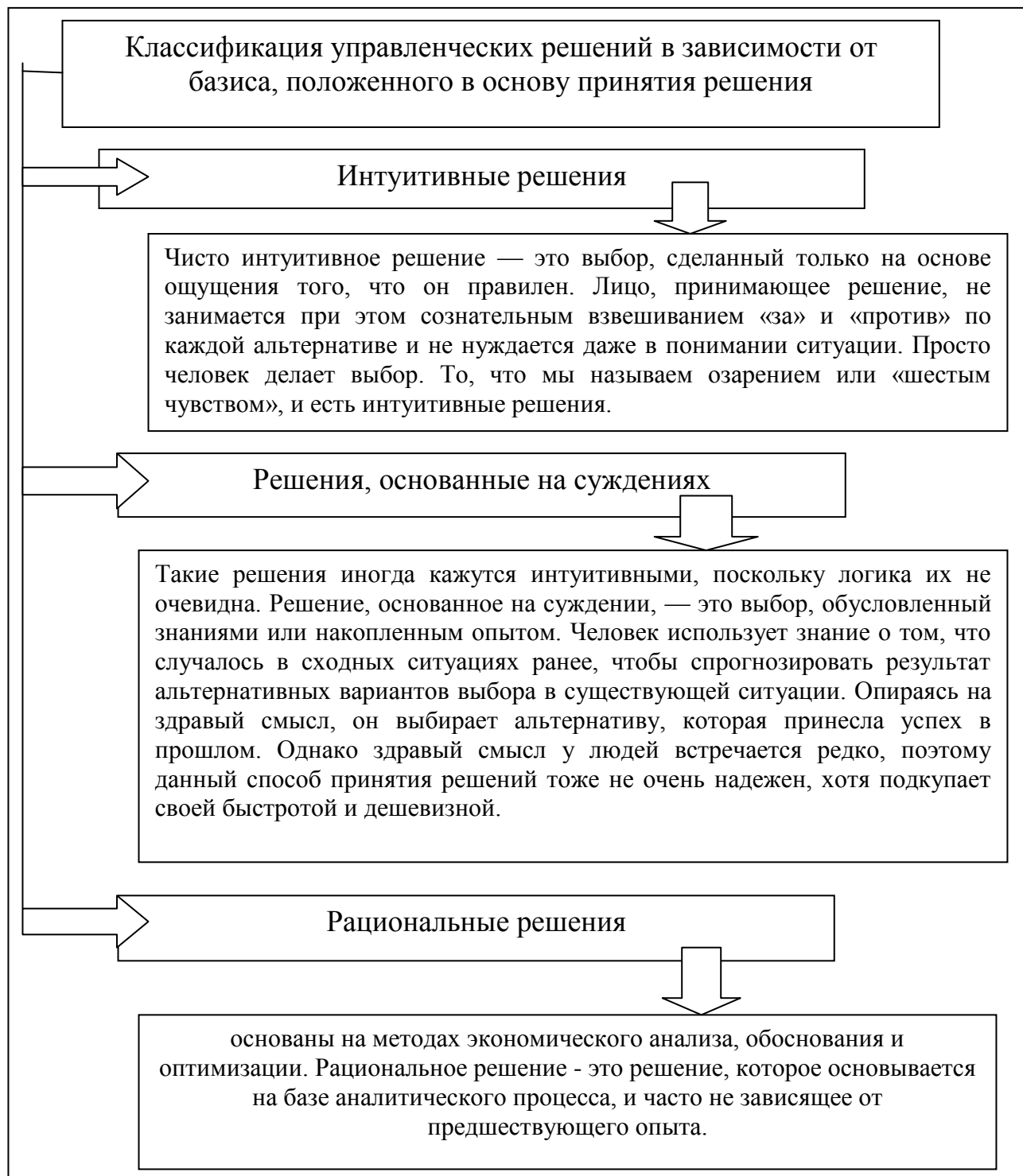


Рисунок 5- Классификация управленческих решений в зависимости от базиса, положенного в основу принятия решения. [14]

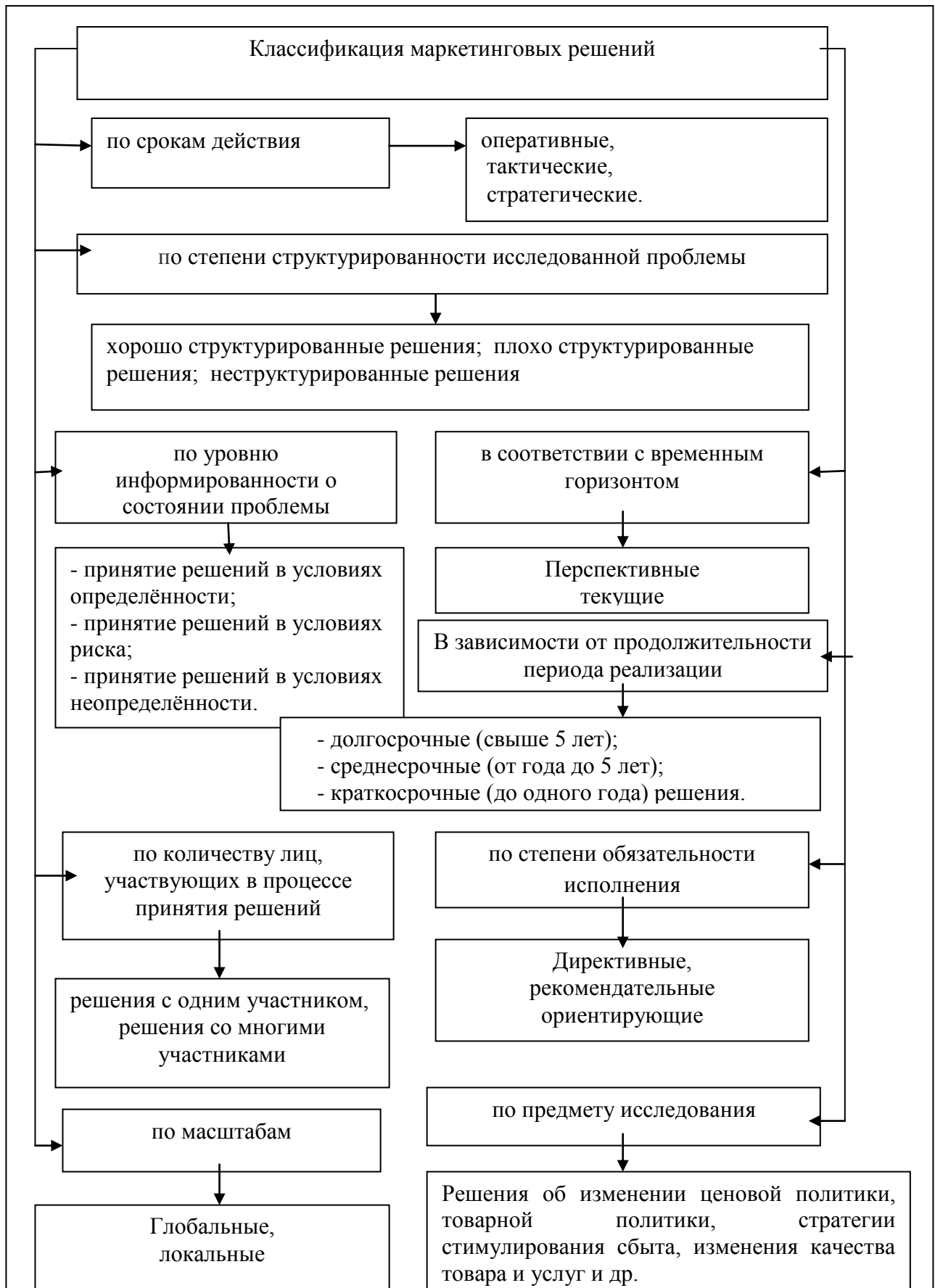


Рисунок 6. Классификация маркетинговых решений.



Рисунок 7- Классификация маркетинговых стратегий предприятия.



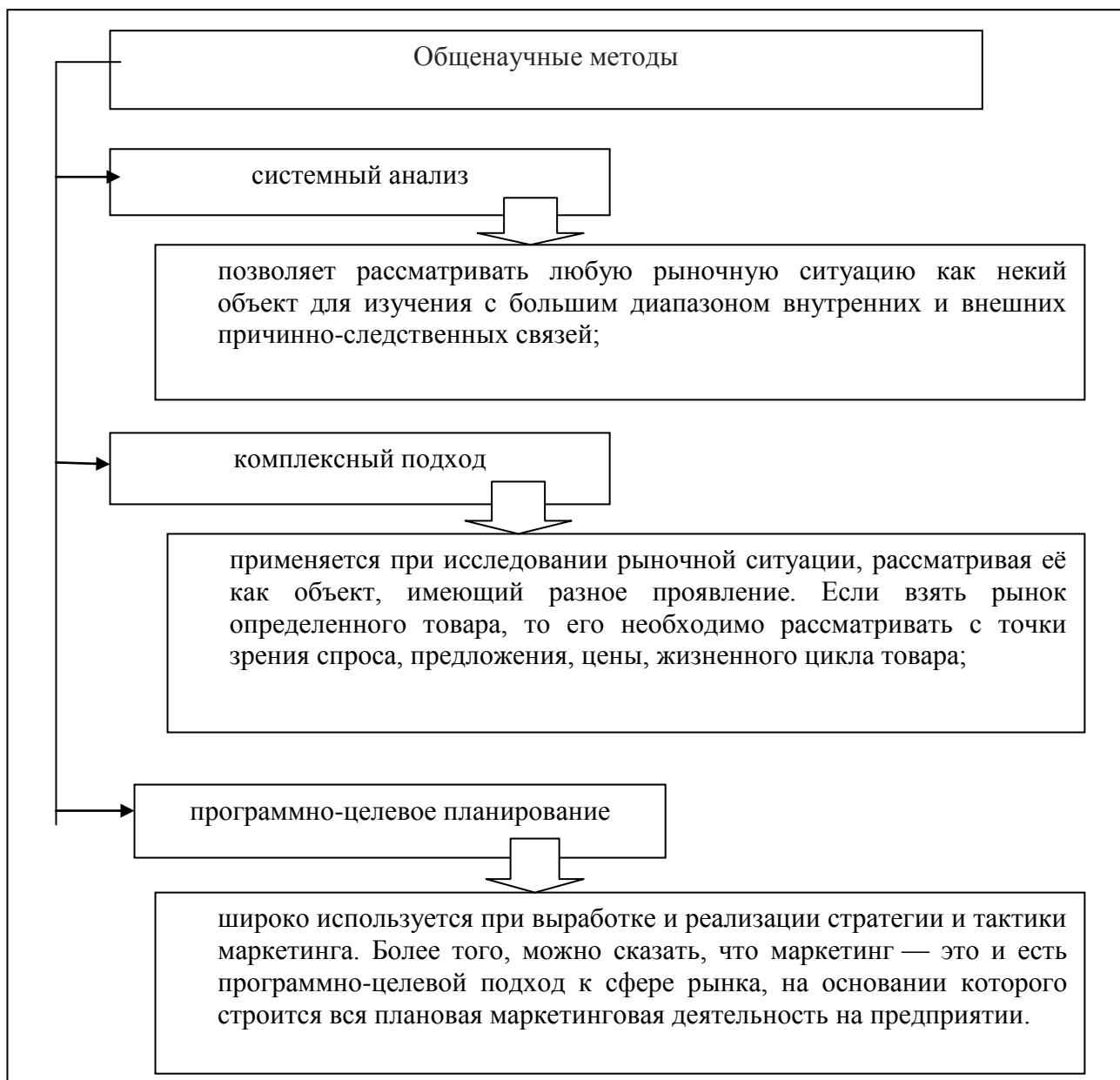


Рисунок 8- Общенаучные методы.

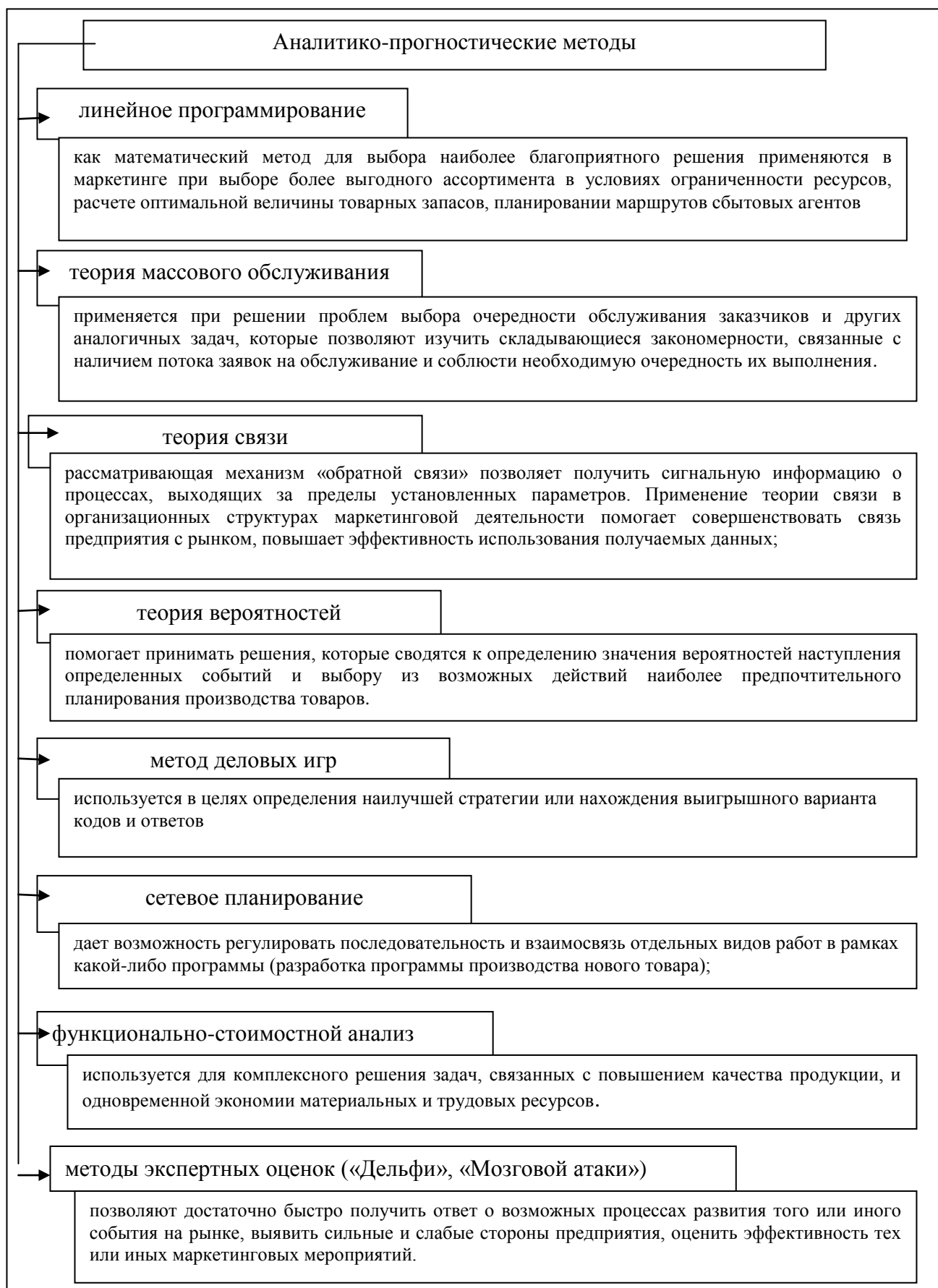
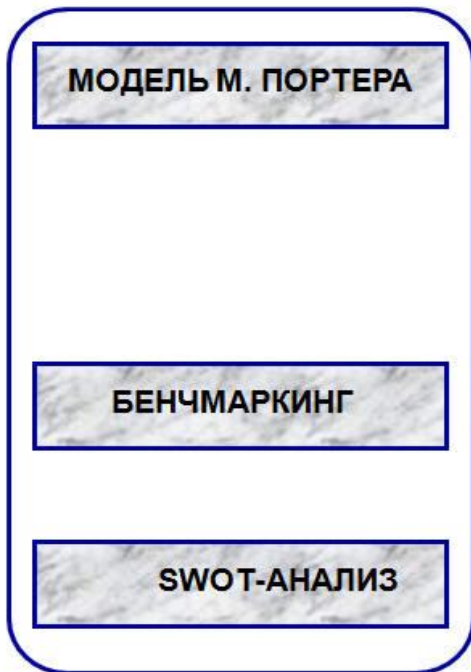


Рисунок 9- Аналитико-прогностические методы.

**Методический инструментарий**



**Особенности решаемых задач**

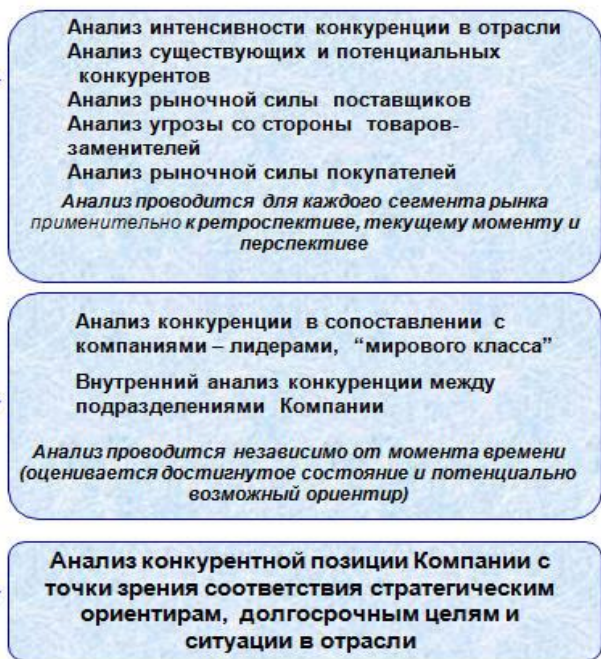


Рисунок 13-Методический инструментарий для оценки конкурентоспособности.

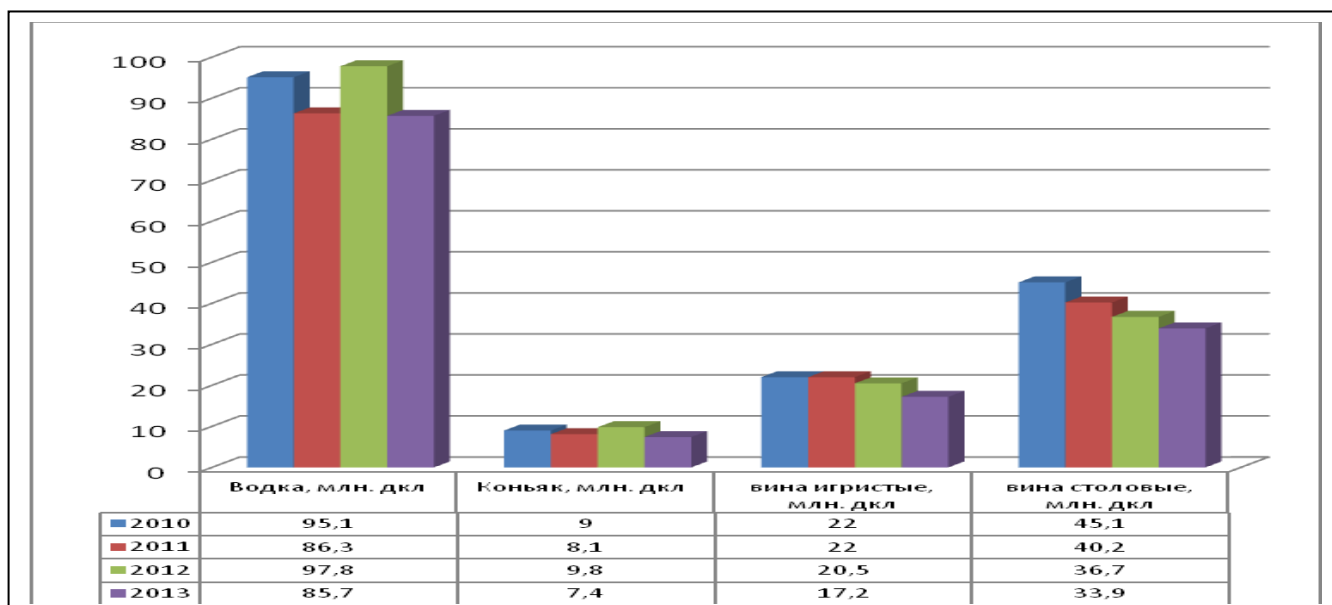


Рисунок 15 –Динамика объемов производства алкогольных напитков с 2010-2013 г.г. в РФ[41]

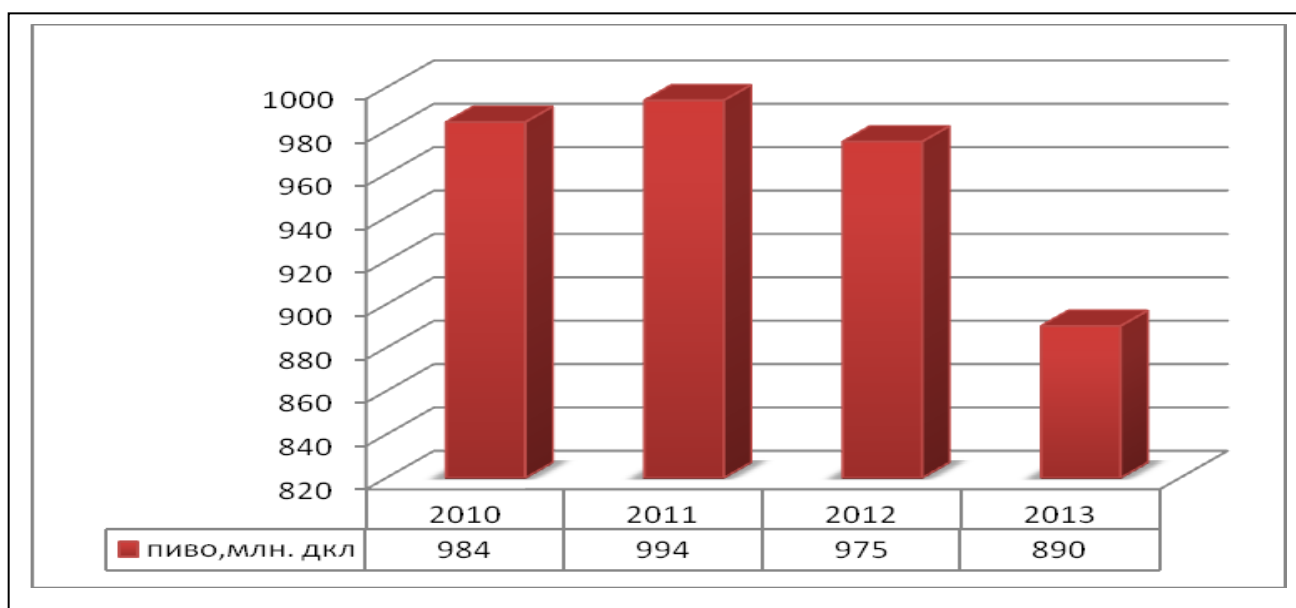


Рисунок 16 –Динамика объемов производства пива с 2010-2013 г.г. в РФ.



Рисунок 17- Доля продаж алкогольных напитков в общей структуре продаж в розничной сети в России в 2013 г. [41]

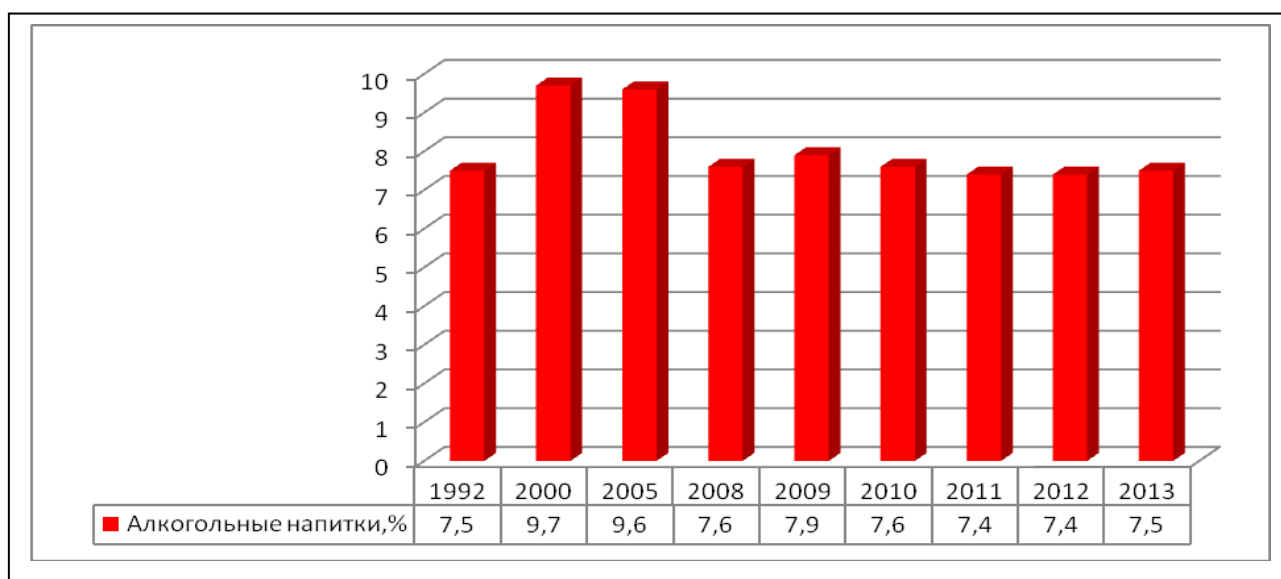


Рисунок 18- Динамика доли продаж алкогольных напитков в общей структуре продаж в розничной сети в России с 1992- 2013 г.г. [41]

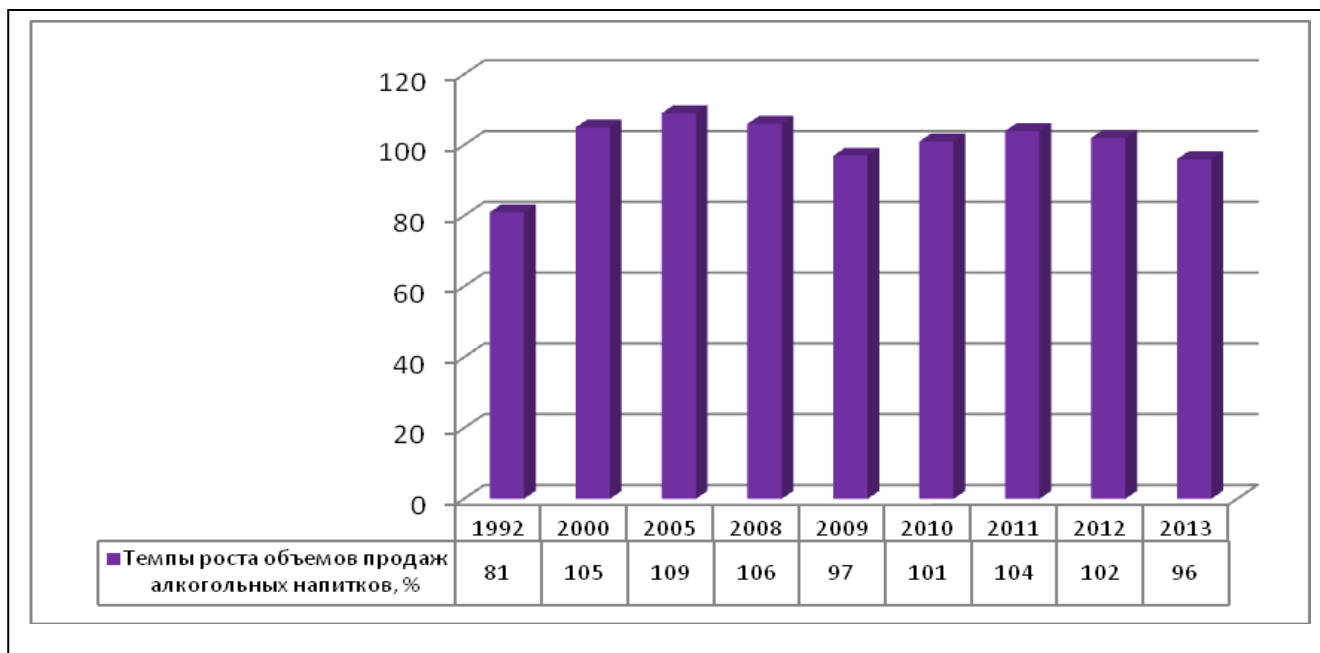


Рисунок 19- Динамика темпов роста объемов продаж алкогольных напитков в общей структуре продаж в розничной сети в России с 1992- 2013 г.г. [41]

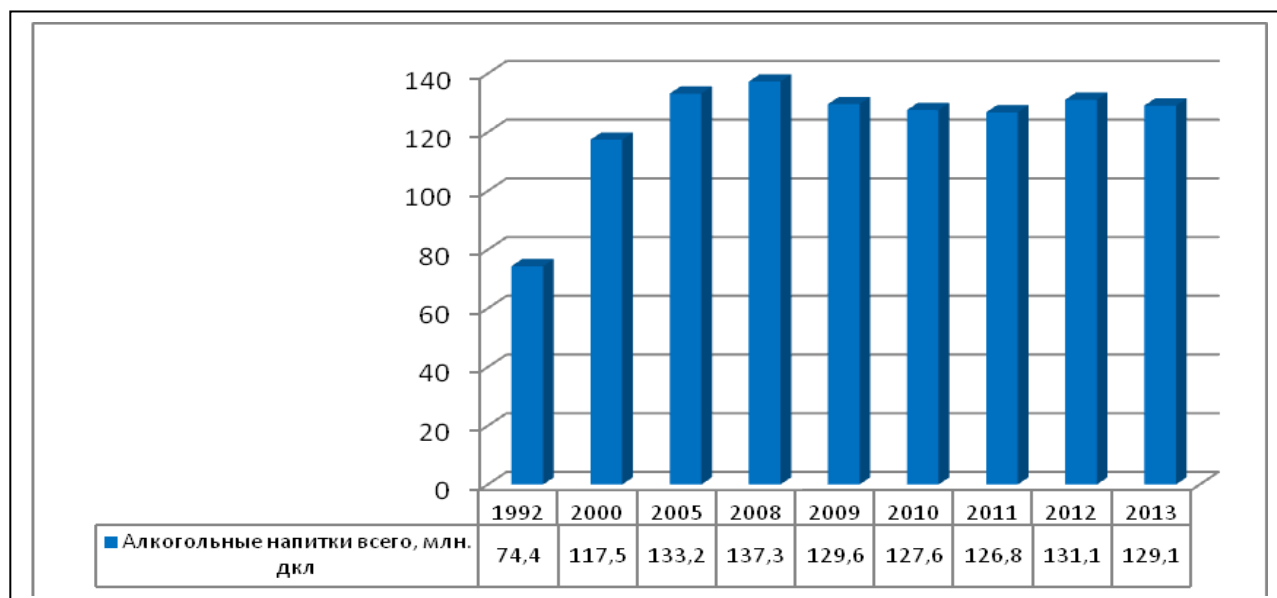


Рисунок 20- Динамика продаж населению РФ алкогольных напитков всего, млн. дкл<sup>1</sup> с 1992-2013 г.г. [41]

<sup>1</sup> Дкл- Декалитр (равен 10 литрам)

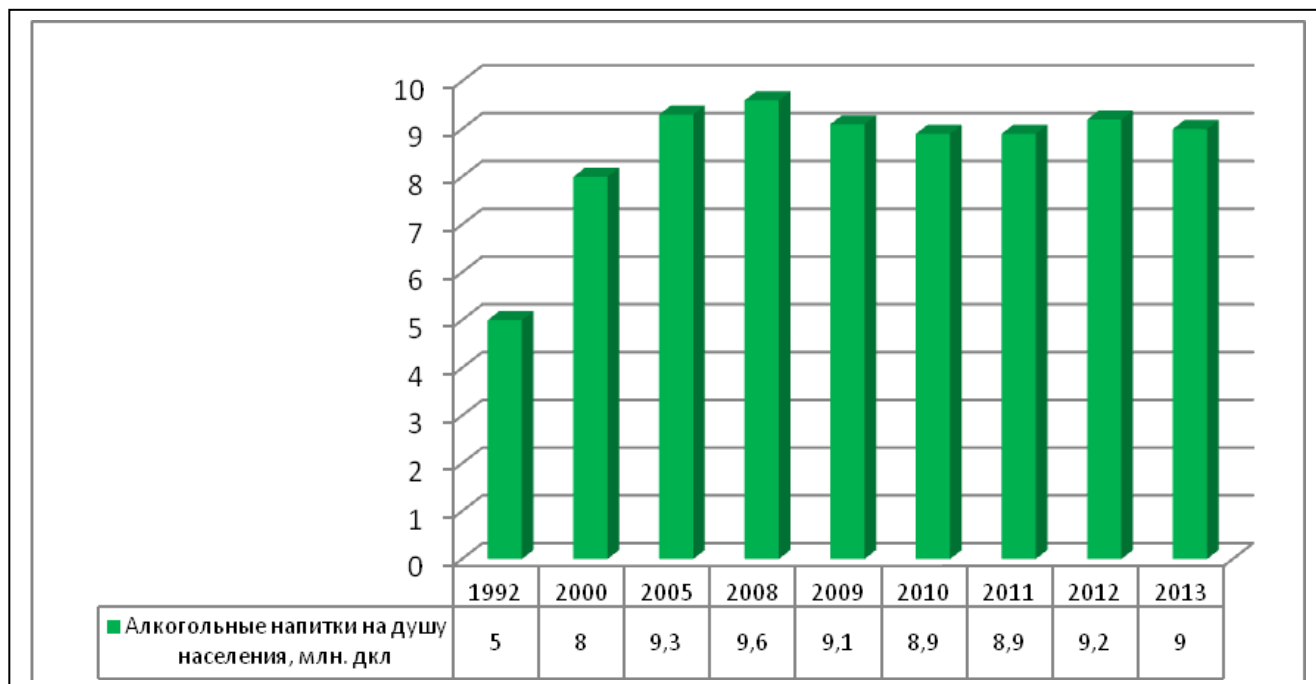


Рисунок 21- Динамика продаж населению РФ алкогольных напитков (на душу населения), млн. дкл<sup>2</sup> с 1992-2013 г.г. [41]

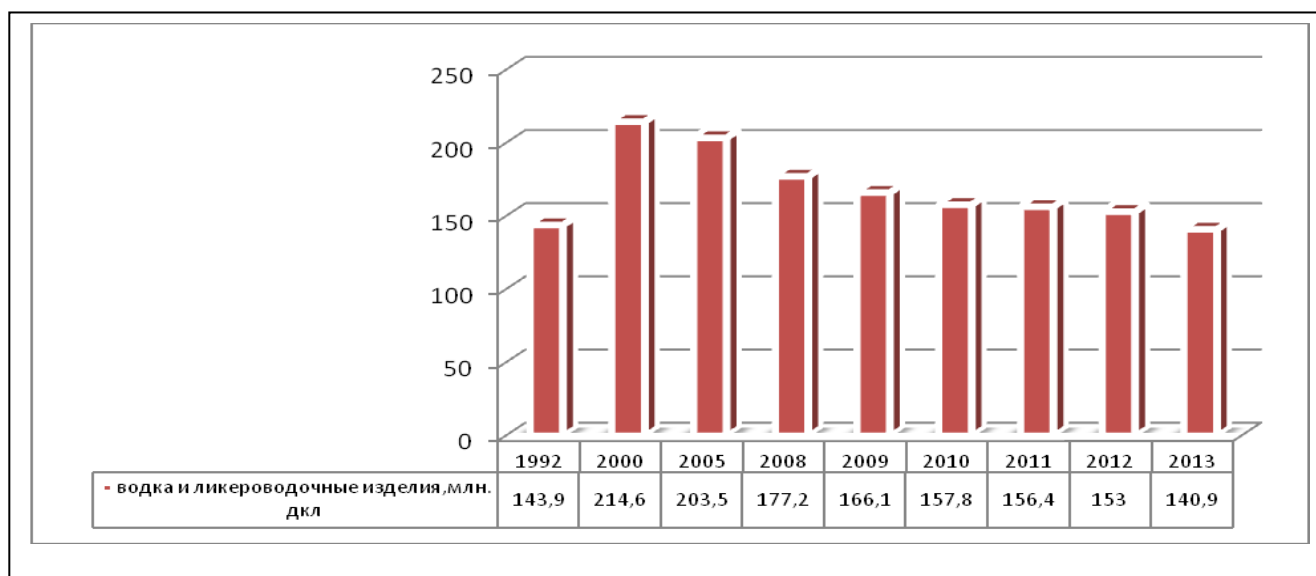


Рисунок 22 -Продажа населению РФ водки и ликероводочных изделий в натуральном выражении (млн. дкл) с 1992-2013 г.г. [41]

<sup>2</sup> Дкл- Декалитр (равен 10 литрам)

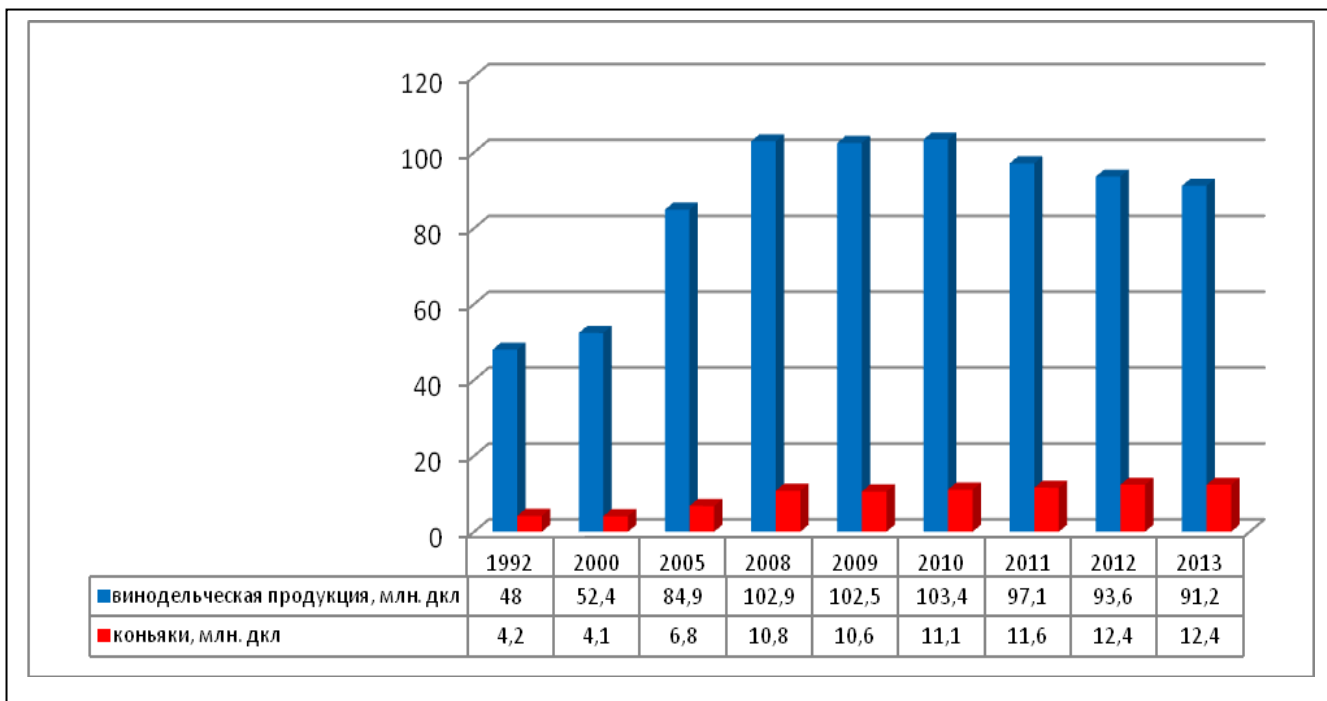


Рисунок 23 -Продажа населению РФ винодельческой продукции и коньяка в натуральном выражении (млн. дкл) с 1992-2013 г.г. [41]

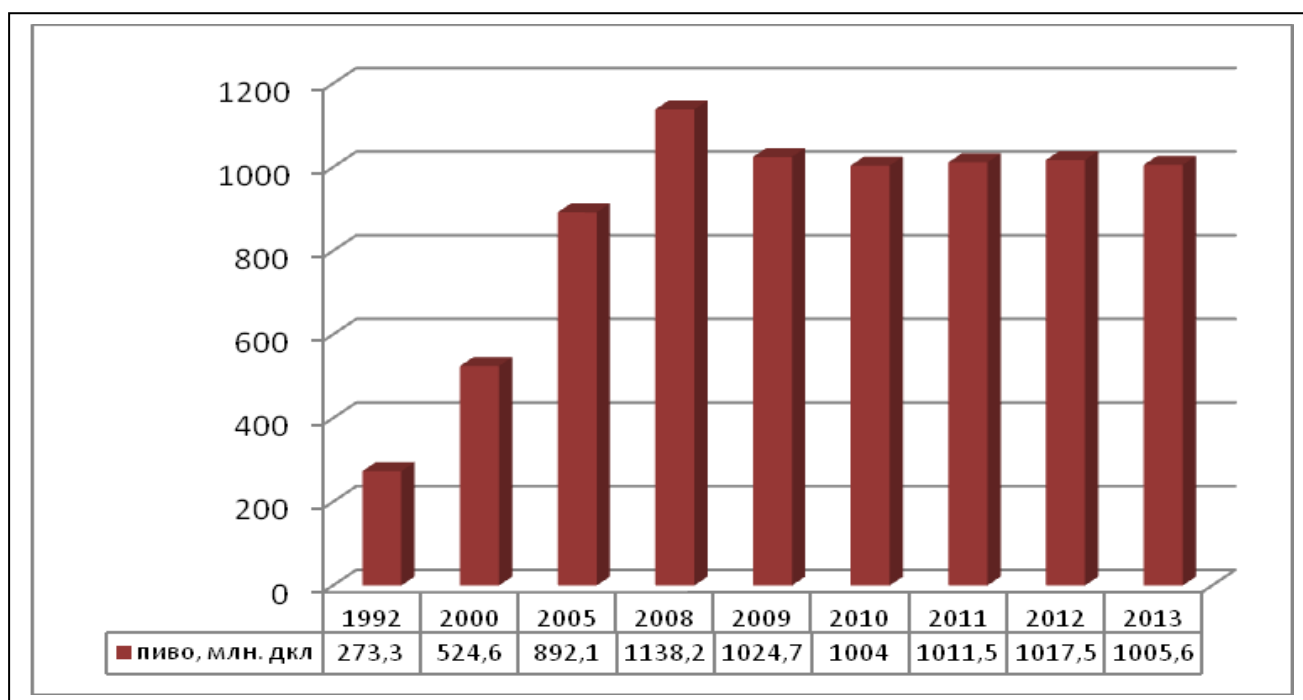


Рисунок 24 -Продажа населению РФ пива в натуральном выражении (млн. дкл) с 1992-2013 г.г. [41]



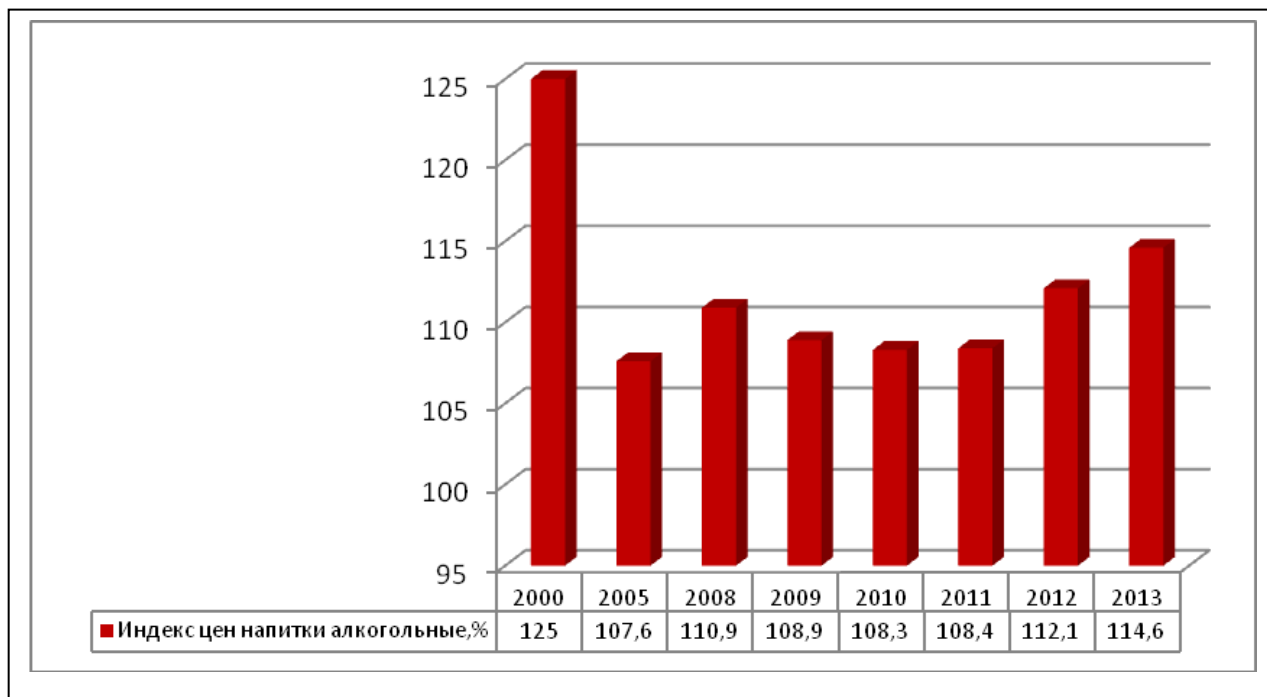


Рисунок 25- Индекс цен на алкогольные напитки (в процентах к предыдущему году) в РФ с 2000-2013 г.г. [41]

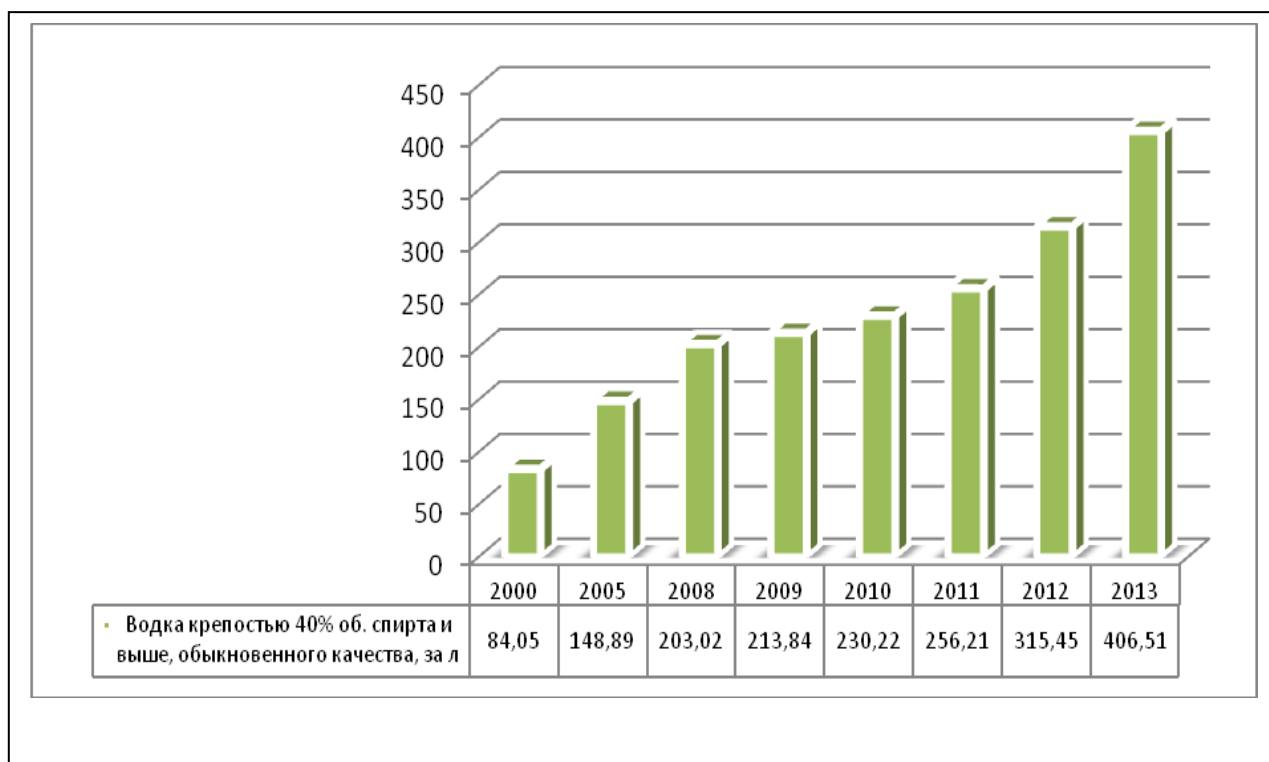


Рисунок 26- Динамика средней потребительской цены (руб.) на водку в РФ с 2000-2013 г.г. [41]

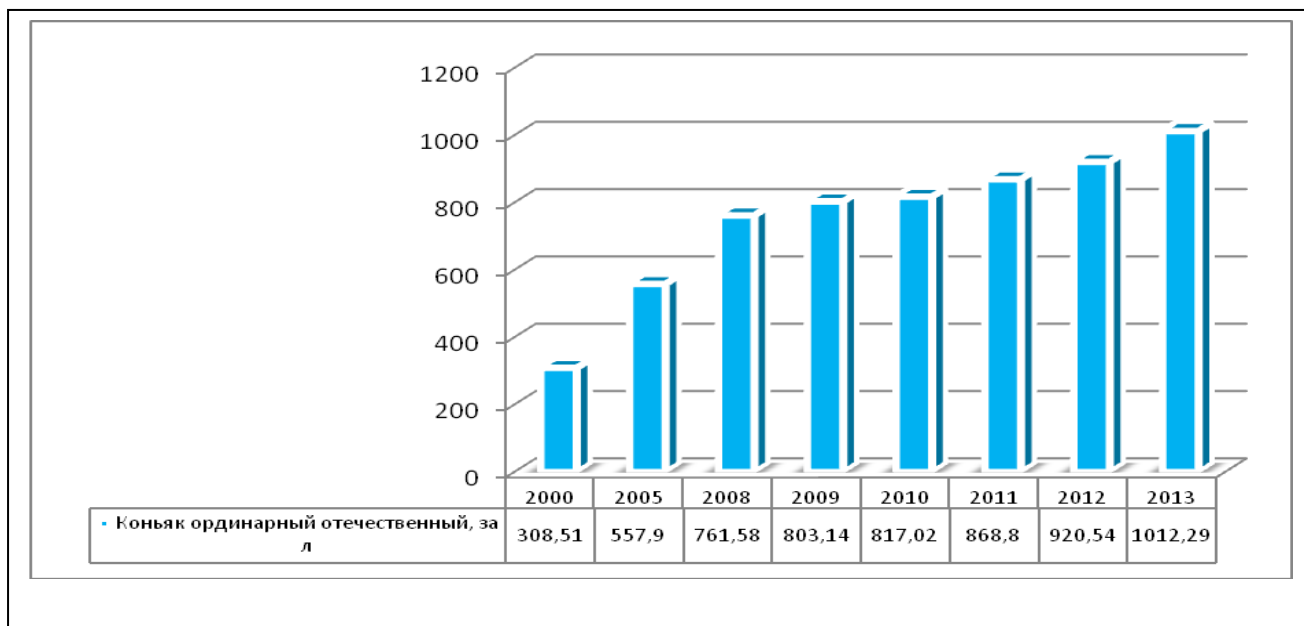


Рисунок 27- Динамика средней потребительской цены (руб.) на коньяк в РФ с 2000-2013 г.г. [41]

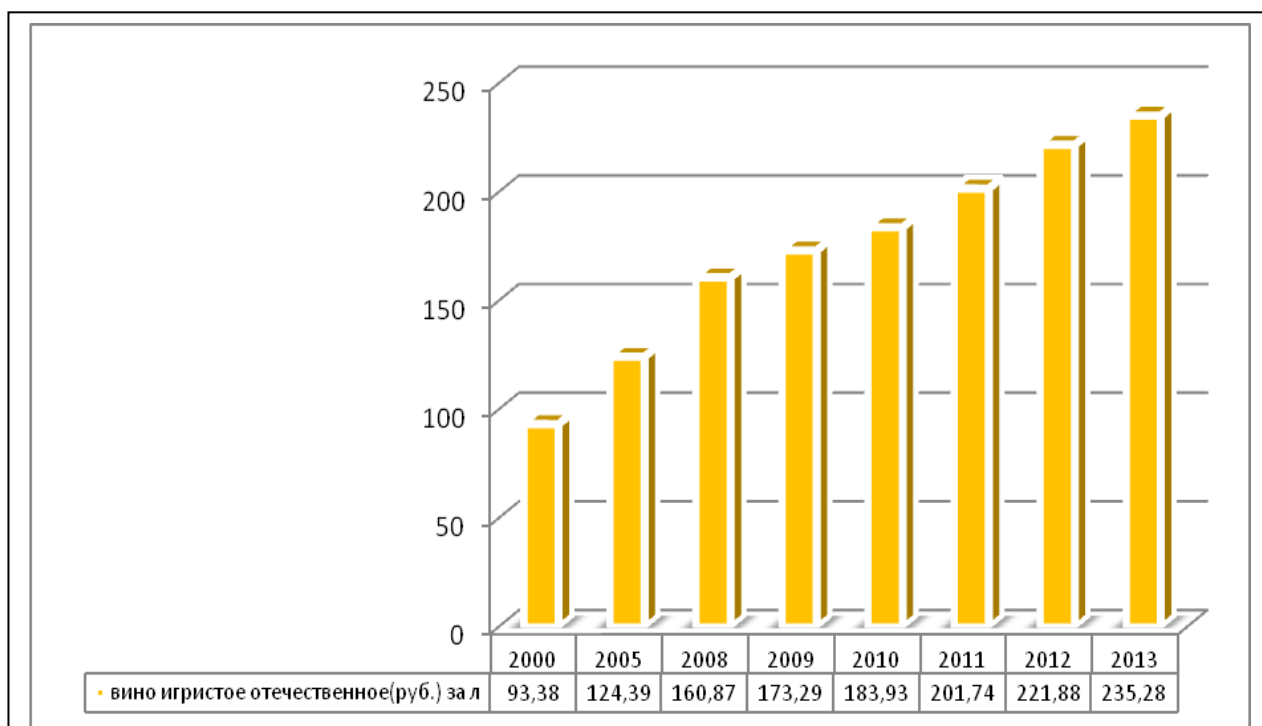


Рисунок 28- Динамика средней потребительской цены (руб. за л) на вино игристое отечественное в РФ с 2000-2013 г.г. [41]

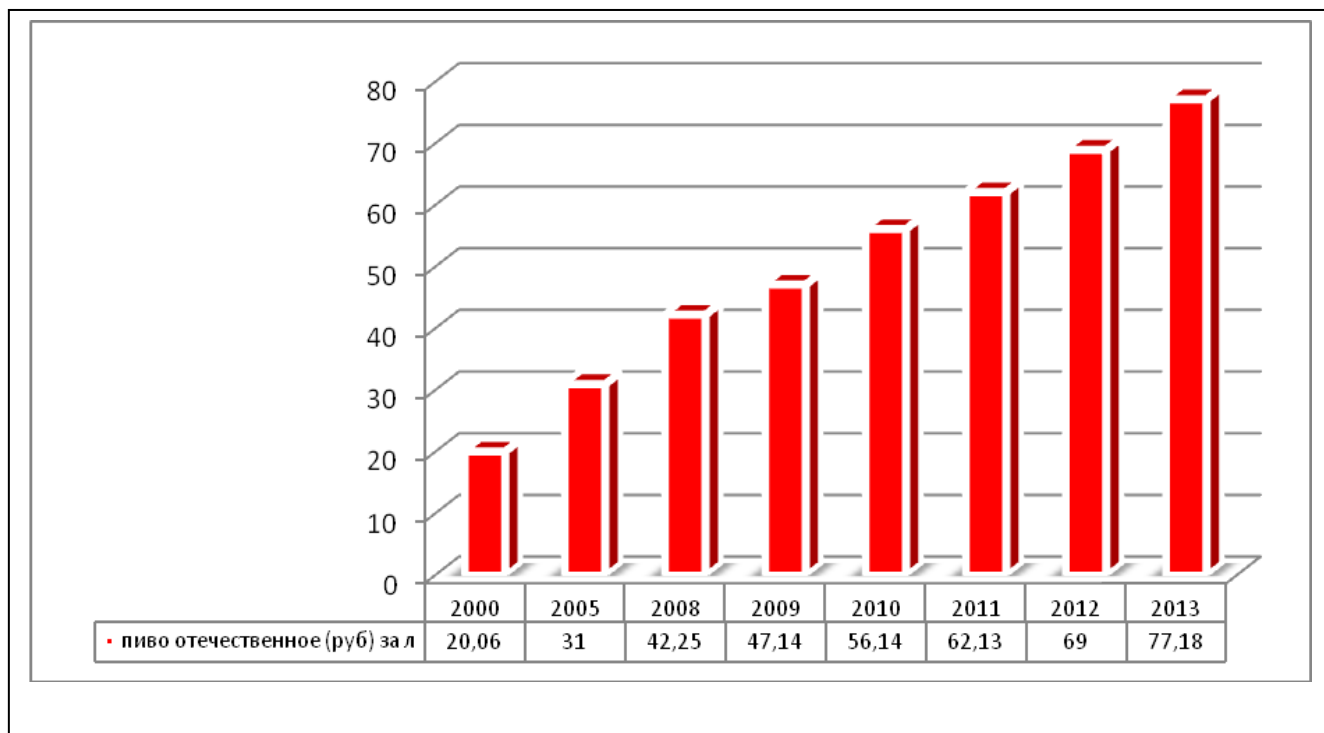


Рисунок 29- Динамика средней потребительской цены (руб. за л) на пиво отечественное в РФ с 2000-2013 г.г. [41]

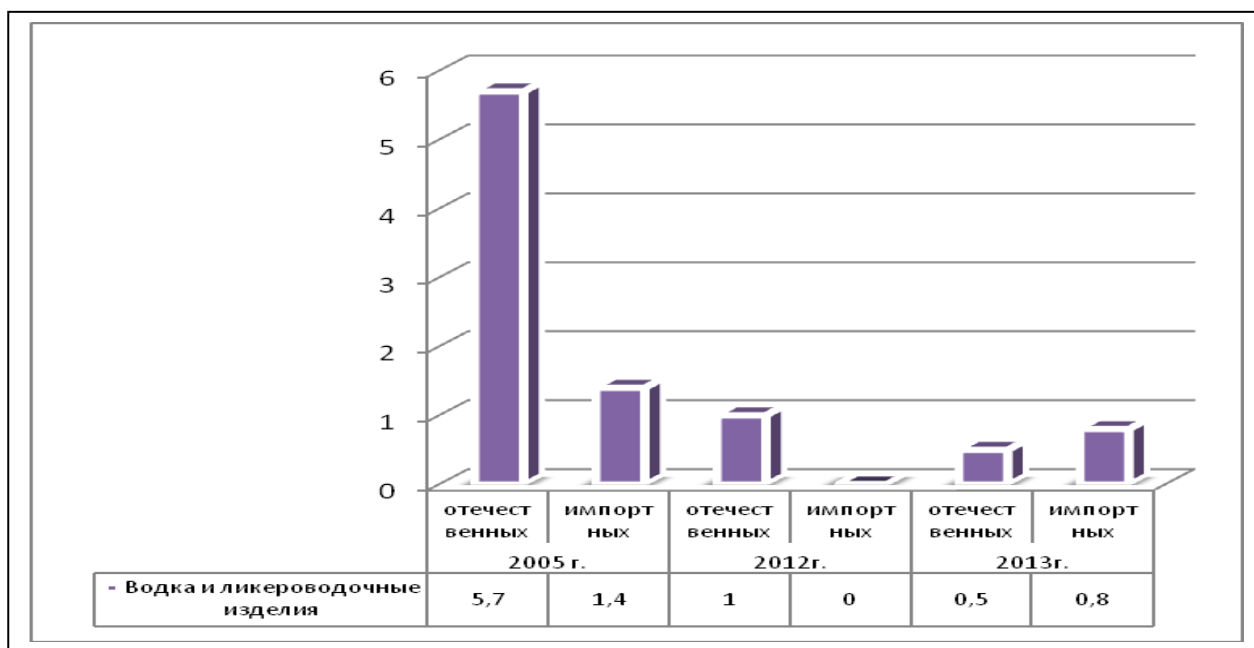


Рисунок 30- Динамика некачественных товаров(водка и ликероводочные изделия) поступивших на потребительский рынок в РФ(в процентах от отобранных образцов). [41]

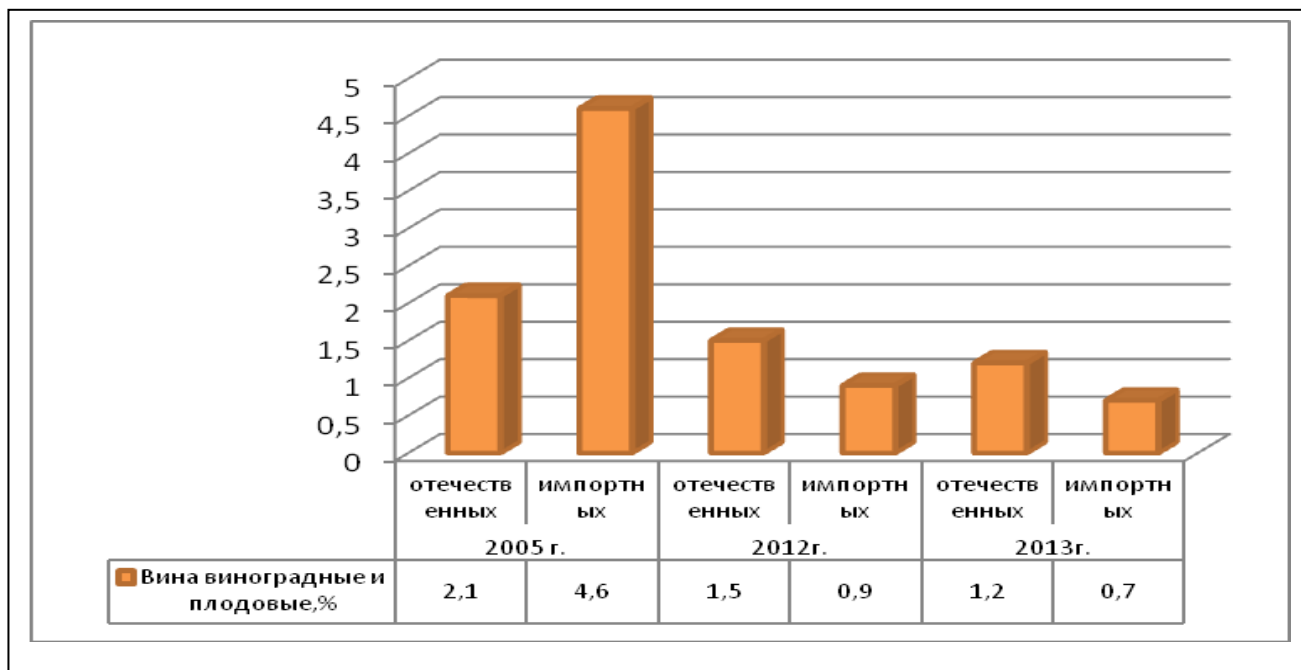


Рисунок 31- Динамика некачественных товаров(вина виноградные и плодовые) поступивших на потребительский рынок в РФ(в процентах от отобранных образцов). [41]

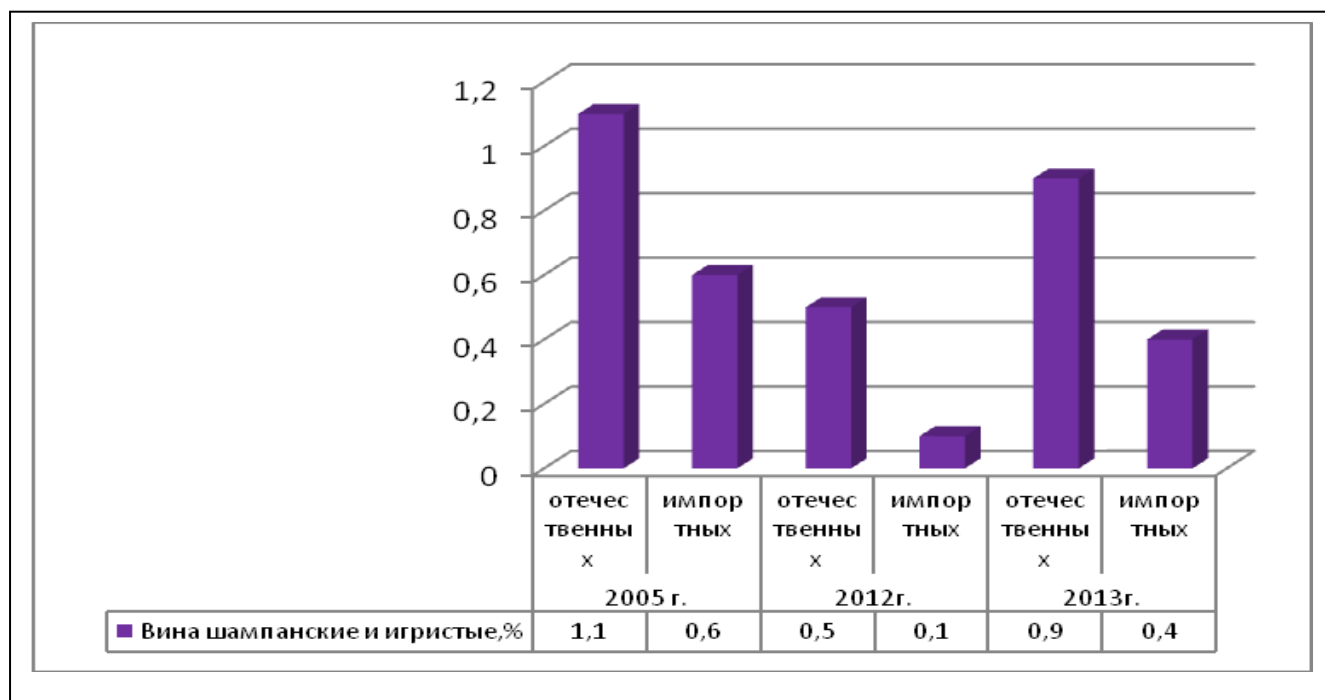


Рисунок 32- Динамика некачественных товаров(вина шампанские и игристые) поступивших на потребительский рынок в РФ(в процентах от отобранных образцов). [41]

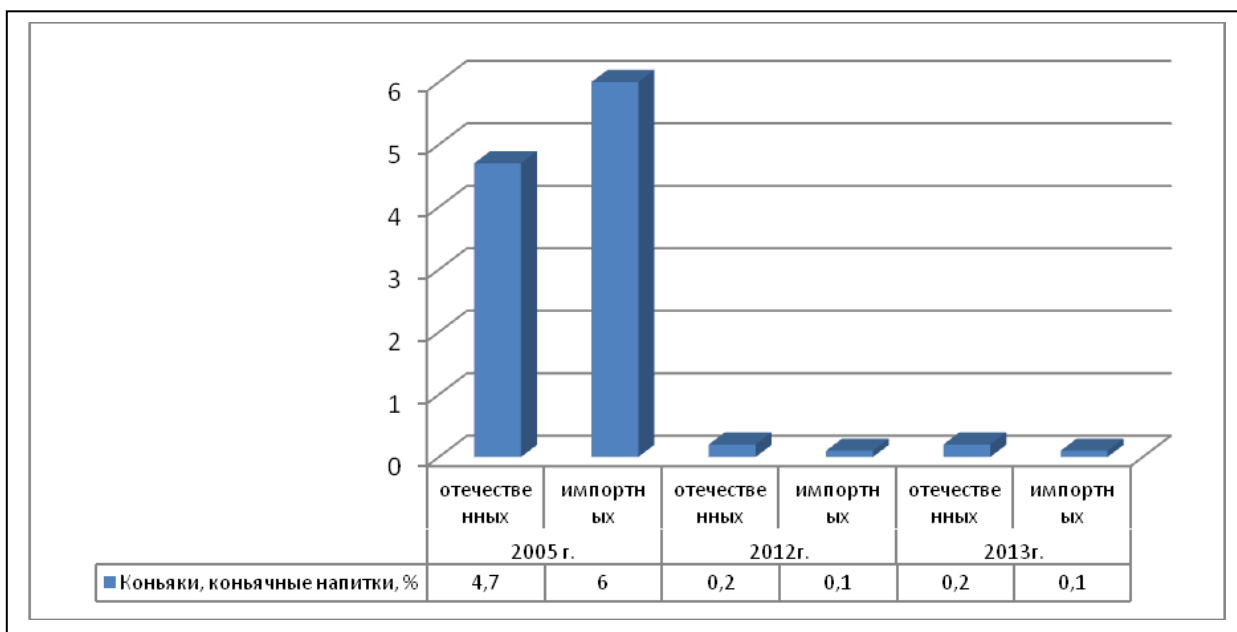


Рисунок 33- Динамика некачественных товаров(коньяки) поступивших на потребительский рынок в РФ( в процентах от отобранных образцов). [41]

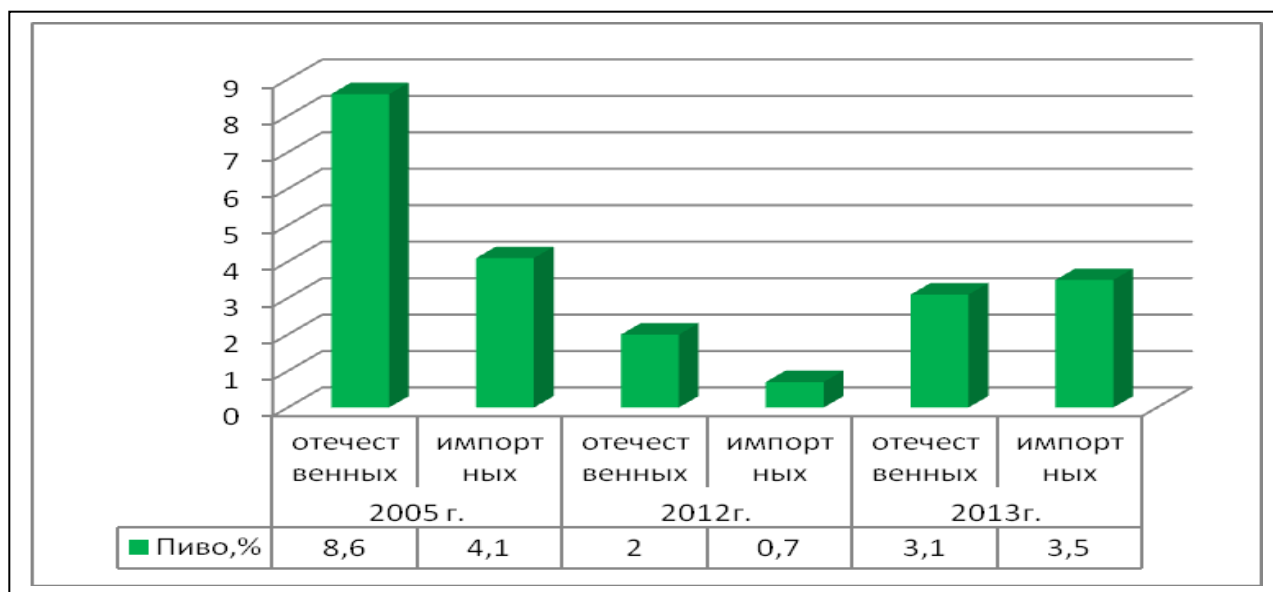


Рисунок 34- Динамика некачественных товаров(пиво) поступивших на потребительский рынок в РФ( в процентах от отобранных образцов). [41]

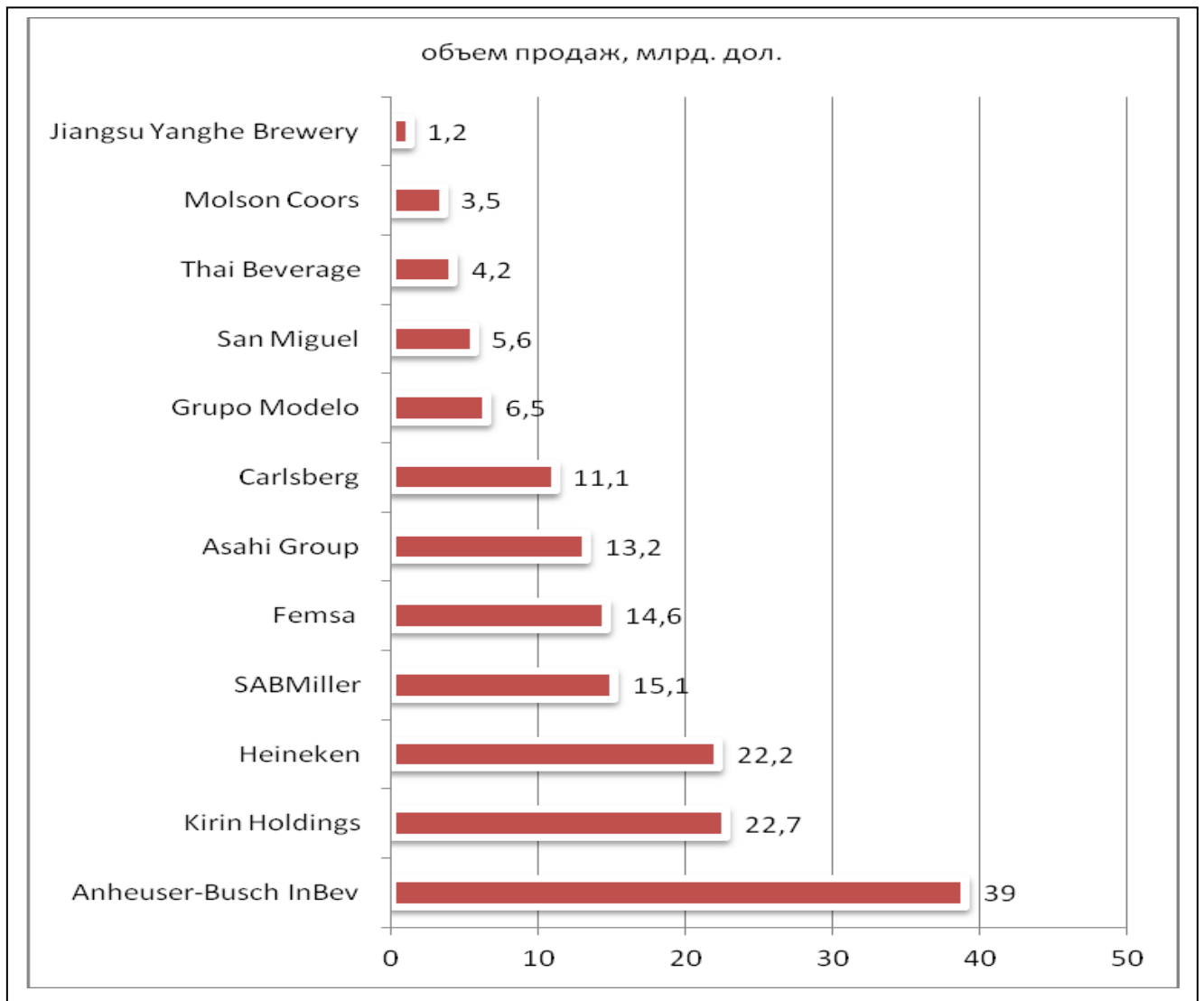


Рисунок 35- Рейтинг крупнейших пивоваренных компаний мира по продажам в 2012

г.

Наиболее популярные бренды импортного пива



Рисунок 36- Наиболее популярные бренды импортного пива.

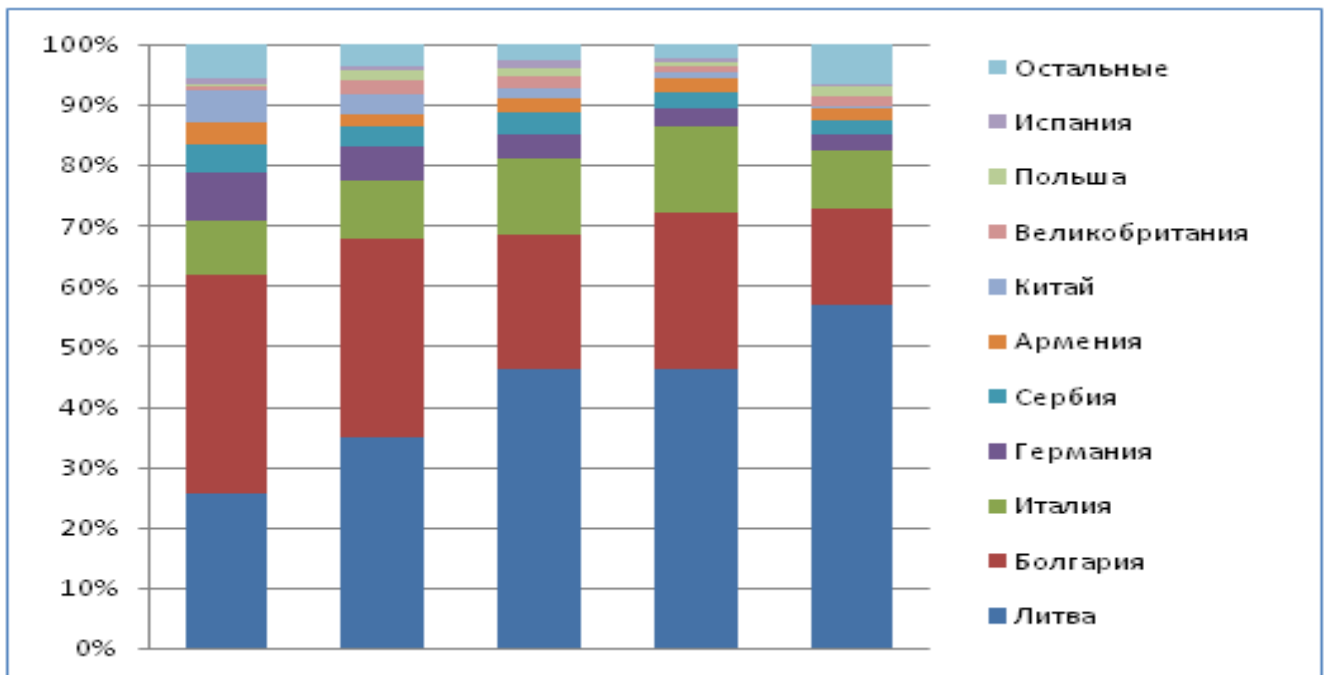


Рисунок 37- Структура импорта сидра в Россию в натуральном выражении с 2008-2012 г.г. [40]

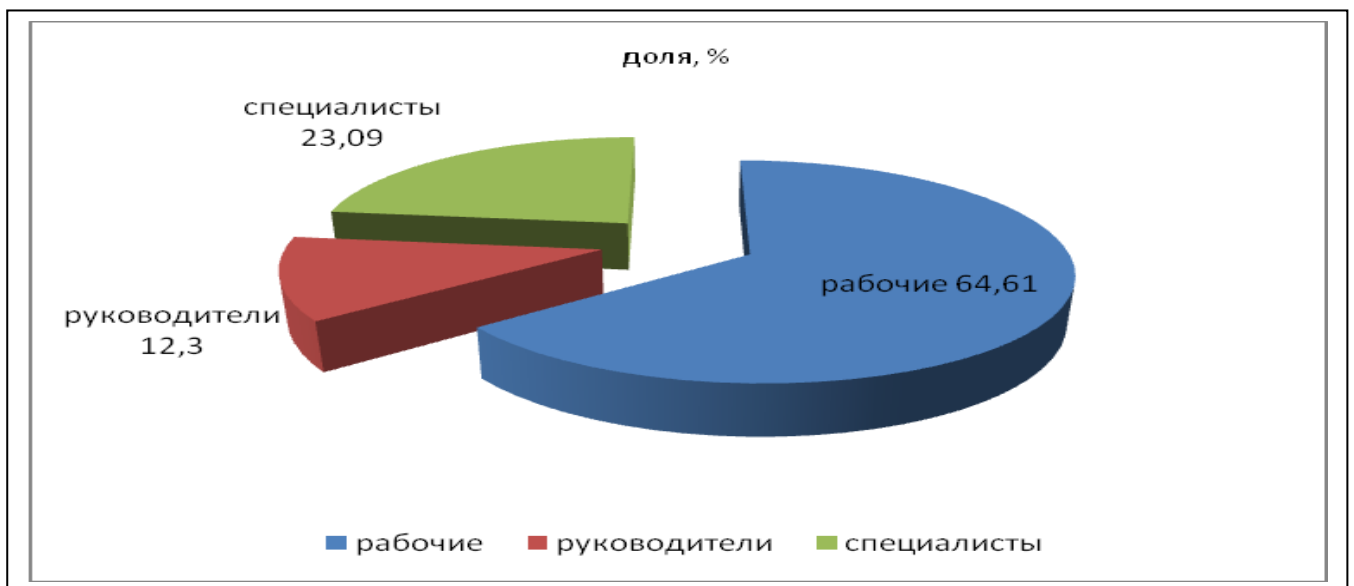


Рисунок 39- Структура персонала предприятия ООО «Монблан Премиум» в 2013 г.



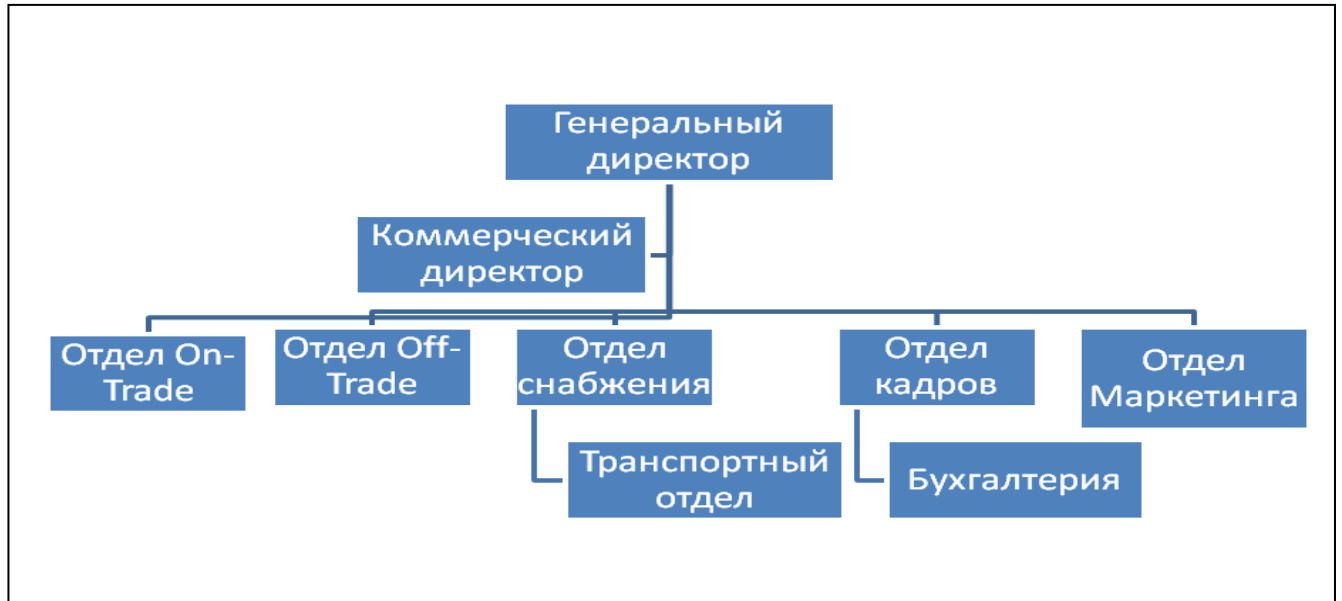


Рисунок 40- Структура управления ООО «Монблан Премиум».

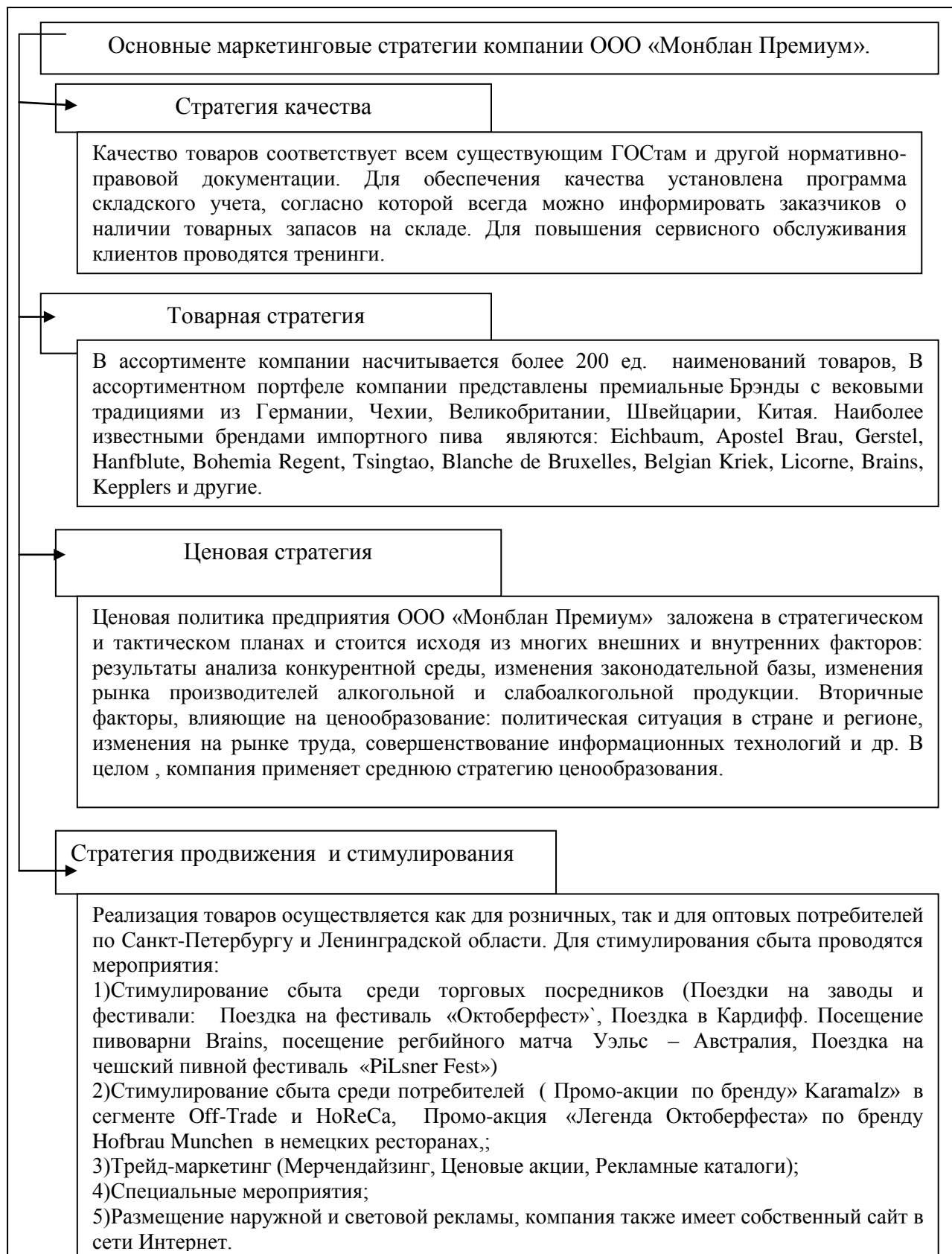


Рисунок 46-Основные маркетинговые стратегии компании ООО «Монблан Премиум».



Рисунок 47- Наиболее популярные бренды импортного пива и сидра, реализуемые компанией ООО «Монблан Премиум».

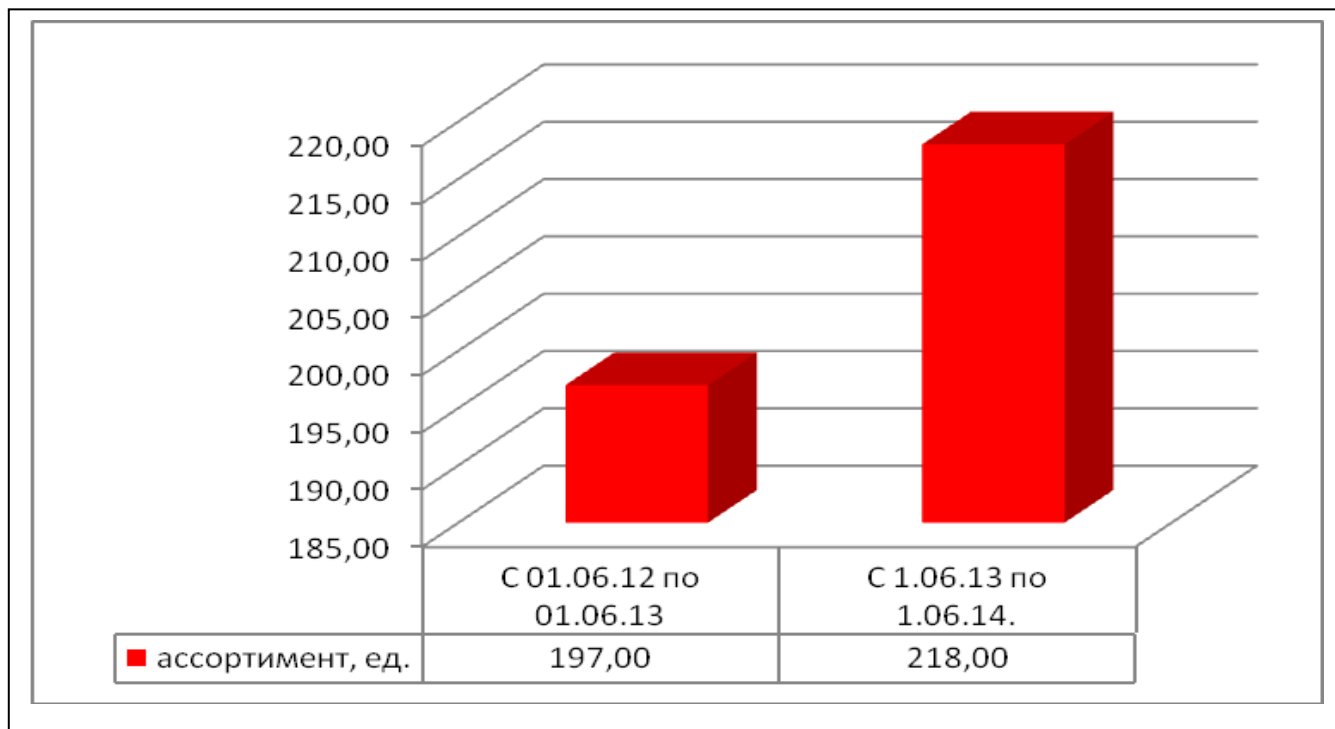


Рисунок 48- Динамика ассортимента наименований предприятия ООО «Монблан Премиум».

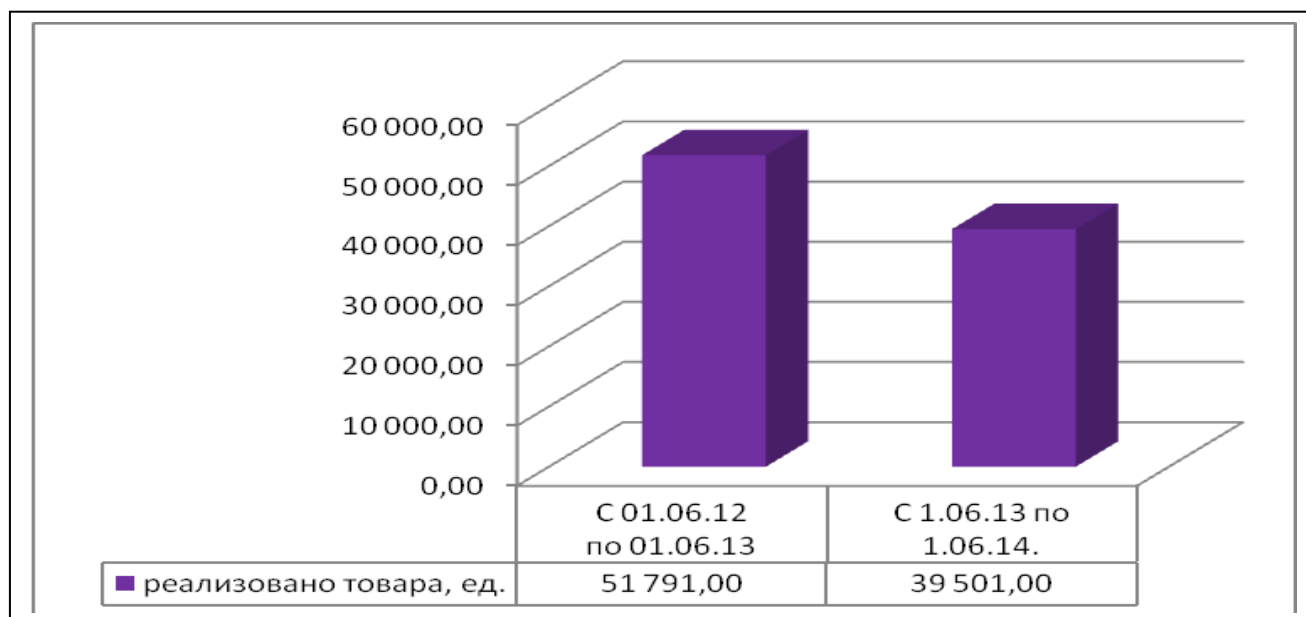


Рисунок 49-. Динамика объемов реализации (единиц наименований) предприятия ООО «Монблан Премиум».

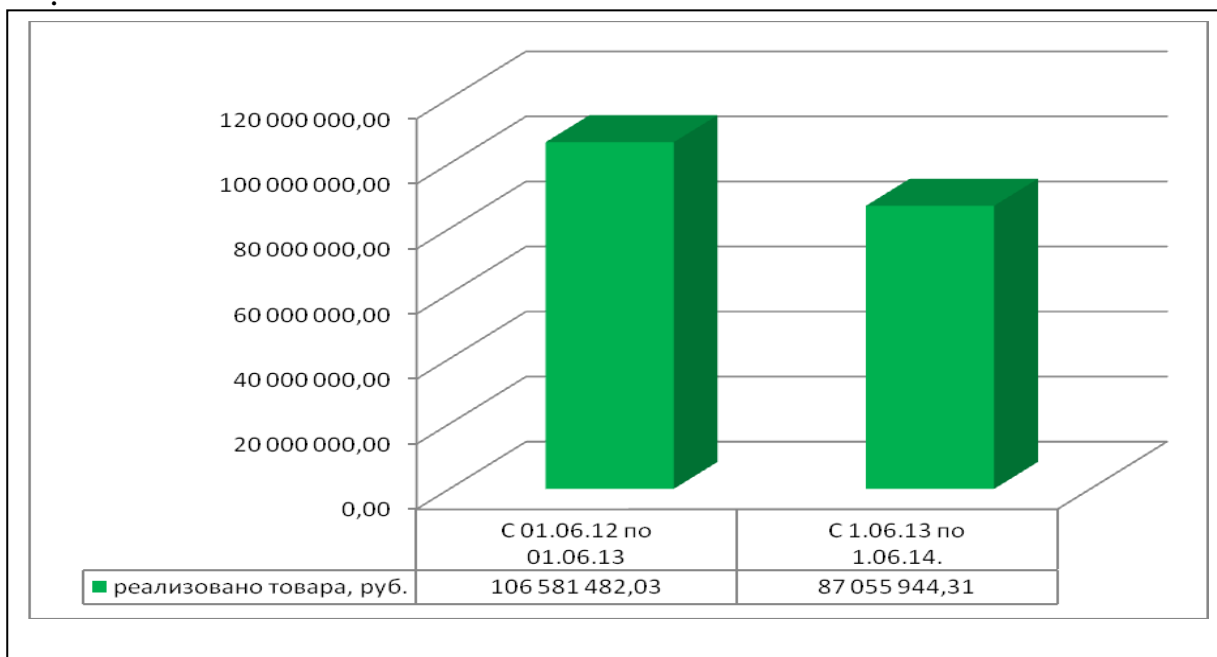


Рисунок 50- Динамика объемов реализации продукции предприятия ООО «Монблан Премиум».

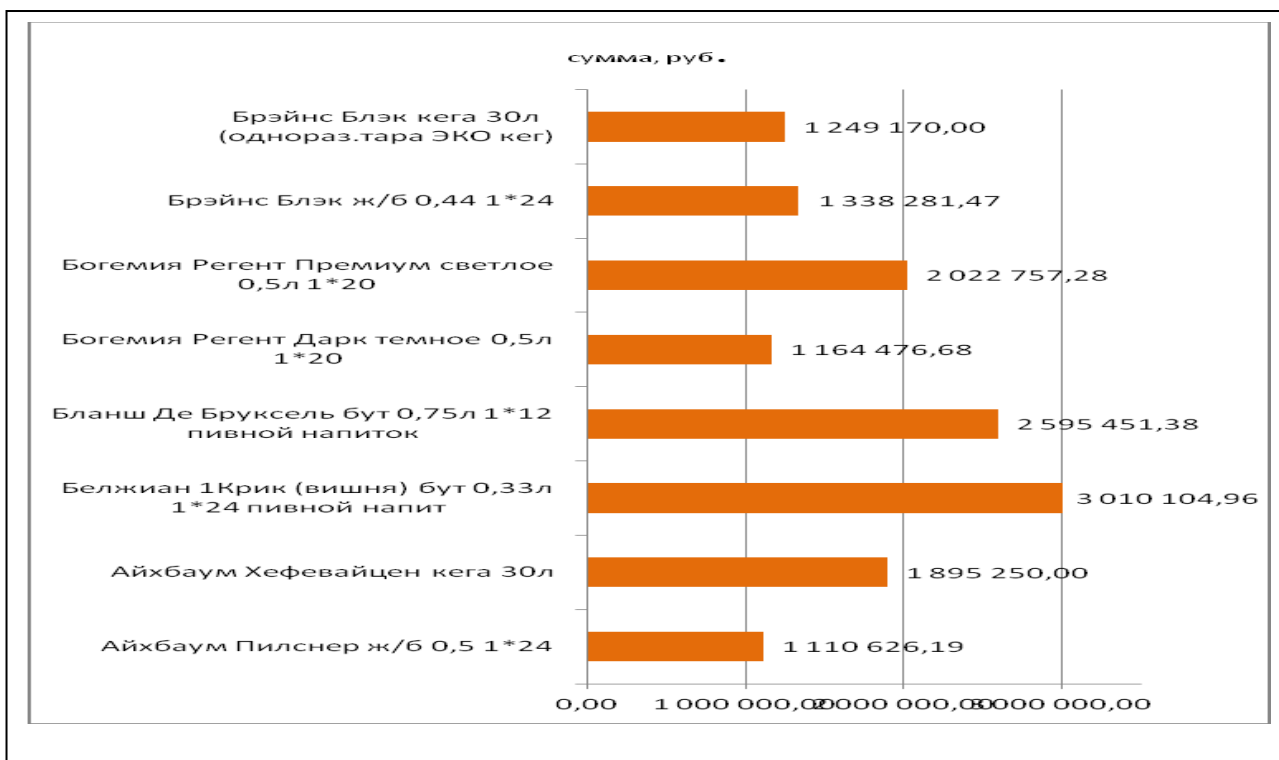


Рисунок 51- Объемы реализации часто приобретаемых товаров (пиво) по данным за период с 1.06.13 по 1.06.14 г.г, реализованные компанией ООО «Монблан Премиум».

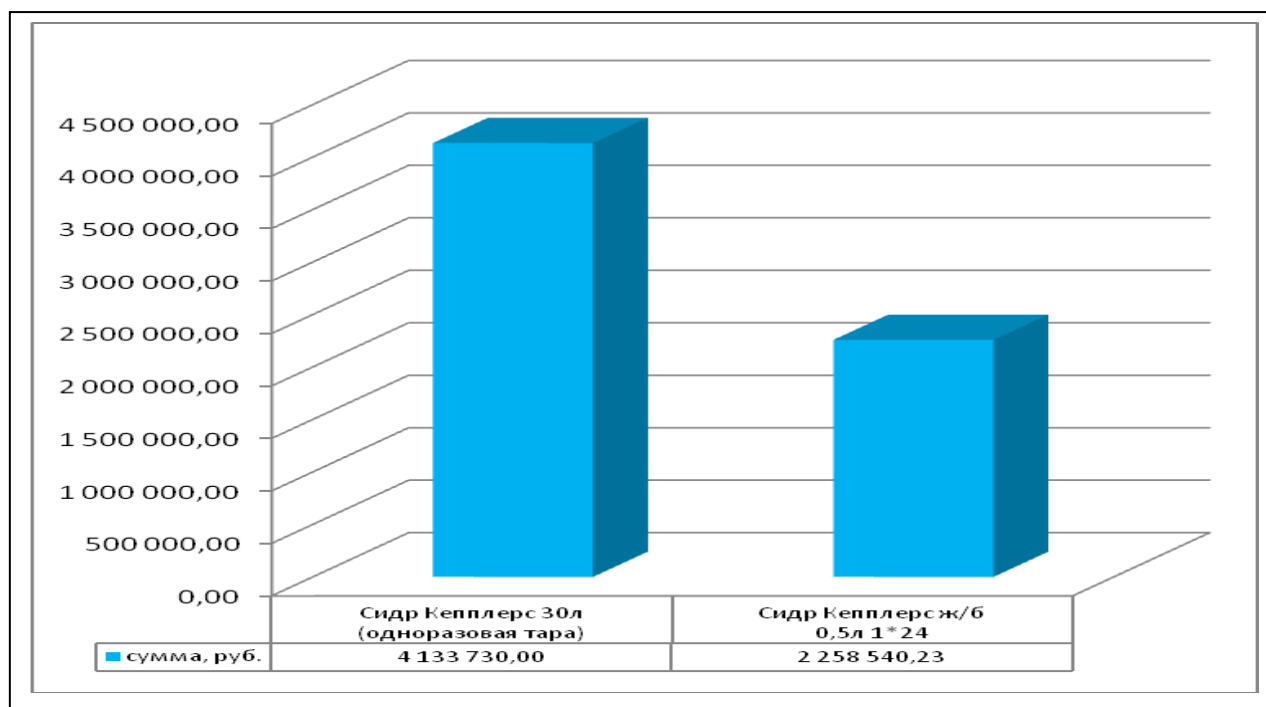


Рисунок 52- Объемы продаж сидра пользующегося наибольшим спросом, реализуемые компанией ООО «Монблан Премиум» по данным за период с 1.06.13 по 1.06.14 г.г

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция РФ(Принята Всенародным голосованием 12.12.93 г.(с изм. от 5 февраля 2014 г.);
2. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ"О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изм. и доп. от28 декабря 2013 г.);
3. Федеральный закон от 04.05.2011 N 99-ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности"(ред. от 02.07.2013);
4. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-I "О защите прав потребителей" (с изм. и доп. 21 декабря 2013 г.);
5. Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью" (с изм. и доп. от 21 декабря 2013 г.);
6. Гражданский кодекс РФ ( с изм. и доп. от12 марта 2014 г.);
7. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. N 195-ФЗ (с изм. от 20 апреля 2014 г.)
8. Налоговый кодекс РФ(с измен. и доп. от 20 апреля 2014 г.);
9. Трудовой кодекс РФ (от 30 декабря 2001 г. N 197-ФЗ с изм. от 2 апреля 2014г.);
- 10.Антикризисное управление/под ред. Г.К. Таля, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2012 г.
- 11.Аксёнова К.А. Управление предприятием: Конспект лекций – М: Приор-издат, 2011. – 378 с.
- 12.Абчук В. А. Самоучитель по бизнесу. Малое, но собственное дело. СПб.: Питер. – 2012. – 304 с.
- 13.Анализ рынка импортного пива в России[Электронная версия]  
[<http://www.pivnoe-delo.info>]

**Заказать дипломную работу от автора Вы можете на сайте [www.diplomstudent.net](http://www.diplomstudent.net)**

14. Асээль, Г. Маркетинг: принципы и стратегии / Г. Асээль: Учеб. для вузов. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 804 с.
15. Анализ пивного рынка. [Электронная версия][<http://www.beerunion.ru>]
16. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг. Учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн: Под общей ред. Г.Л. Багиева. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЗАО «Изд-во Экономика», 2011 – 224 с.
17. Басовский, Л.Е. Маркетинг / Л.Е. Басовский: Курс лекций. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 219 с.
18. Баканов М.И., Шеремет А.Д. «Теория экономического анализа»//учебник.- М.: Финансы и статистика, 2012 г.
19. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики. М.: КНОРУС, 2010г. 442 с.
20. Безопасность жизнедеятельности / Под ред. Э.А. Арустамова. – М., 2010. – 678 с.
21. Веснин В.Р. «Основы менеджмента»// учебник.- М.: Институт международного права и экономики. Изд-во «Триада Лтд», 2010 г.
22. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. М.: Изд-во Эксмо, 2010. 217 с.
23. Горностаева, А.Н. Товарная политика в маркетинге / А.Н. Горностаева: Учеб. пособие. – Брянск: БГТУ, 2013. – 107 с.
24. Данько, Т.П. Управление маркетингом / Т.П. Данько: Учеб. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 296 с.
25. Евланов Л.Г. Теория и практика принятия решений. М.: Экономика, 2012г. 299 с.
26. Котлер Ф. «Основы маркетинга». Москва. «ПРОГРЕСС», 2011 г.-736 с
27. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга / Ф. Котлер: Пер. с англ. - 2-е европ. изд. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2010г. - 944 с.
28. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер: СПб.: Питер, 2012 – 752 с.
29. Кабушкин Н.И. «Основы менеджмента» /Минск «Экономпресс»/, 2010 г.



- 30.«Менеджмент»/ И.Н. Герчикова: Учебник, третье издание, Москва «Банки и биржи» Издательское объединение «Юнити» 2011г.
- 31.Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. «Основы менеджмента»/пер. с англ. – М.: Дело, 2012 г.-704 с.
- 32.Маркетинг: учебник/А.Н. Романов Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. под ред. А.Н. Романова.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2010 г.-560 с.
- 33.Организация и методы оценки предприятия (бизнеса): Учебник/под ред. В.И. Кошкина.-М., 2009 г.
- 34.Оценка предприятия: теория и практика: учебное пособие/под ред. В.В. Григорьева, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2011 г.
- 35.Организация предпринимательской деятельности. Схемы и таблицы. Учебное пособие. В.П. Попков; Е.В. Евстафьева. СПб.: Питер, 2011.- 352 с.
- 36.Официальный сайт компании ООО «Монблан Премиум» [<http://monblanbeer.ru>]
- 37.Охрана труда. – М.: ПРИОР, 2009. – 144 с.
- 38.Павлова, Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы / Н.Н. Павлова – М.: ИНФРА, 2012. – 345 с.
- 39.Пешкова, Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы: практические рекомендации. Методические основы. Порядок проведения / Е.П. Пешкова – М.: Ось-89, 2011г – 213 с.
- 40.Рынок сидра в России: обзор и прогноз [Электронная версия] [[www.rolfexpert.ru](http://www.rolfexpert.ru)]
- 41.Россия в цифрах 2014г. Справочное пособие [Электронная версия]// Официальный сайт Федеральной Службы Финансовой Статистики <http://www.gks.ru>.
- 42.Русак О.Н., Малаян К.Р., Занько Н.Г. Безопасность жизнедеятельности. – СПб.: «Лань», 2011. – 448 с.
- 43.Статистика импортных поставок[Электронная версия].[[www.kominfo.ru](http://www.kominfo.ru)]

**Заказать дипломную работу от автора Вы можете на сайте [www.diplomstudent.net](http://www.diplomstudent.net)**

44. Солнышков Ю.С. Обоснование решений. М.: Экономика, 2011 г. 336 с.
45. Скляр, Е.Н. Современные проблемы маркетинга российских предприятий. Ч.2. Маркетинг / Е.Н. Скляр: Учеб.-практ. Пособие. – Брянск: БГТУ, 2003. – 353 с.
46. Снегирева, В.В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям / В.В. Снегирева. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
47. Терещенко, В.М. Маркетинг: новые технологии в России / В.М. Терещенко – СПб: Питер, 2009 – 415 с.
48. Уткин Э.А., Морозова Н.И., Морозова Г.И. «Инновационный менеджмент».- М.: АКАЛИС, 2010 г.
49. Фатхутдинов Р.А. «Стратегический менеджмент» :учебник для вузов.-3-е изд. ,-М.: ЗАО «Бизнес-школа» «Интел-Синтез», 2012 г.416 с.
50. Фатхутдинов Р.А. «Разработка управленческого решения/ учебник для вузов.- М.: «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2011 г.
51. Хершген, Х. Маркетинг: основы профессионального успеха / Х. Хершен – М.: ИНФРА – М, 2009г. – 334с.
- 52.«Экономика предприятия»: Учебник для вузов/ под ред. Проф. В. Я. Горфинкеля, проф. Е.М. Купрякова- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2013г.
53. Экология и безопасность жизнедеятельности / Под ред. Л.А. Муравья. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011г. – 447 с.
54. The World's Biggest Companies (англ.). Forbes.com LLC. Проверено 21 марта 2013. Архивировано из первоисточника 27 марта 2013г.

**Заказать дипломную работу от автора Вы можете на сайте [www.diplomstudent.net](http://www.diplomstudent.net)**

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**