ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ»

Факультет коммерции и маркетинга

Кафедра маркетинга

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

студентки 461 группы Бабенко Марии Борисовны

**Разработка плана маркетинга фирмы «EF - English First» в г. Ставрополь.**

Тема индивидуального задания: расчет и обоснование оптимальной цены курсов английского языка в г. Ставрополе

Руководитель: Белостоцкая А. А., к.э.н., доцент кафедры маркетинга

Дата сдачи работы на кафедру:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Оценка:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2012

# Оглавление

[Оглавление 2](#_Toc343220253)

[Введение 3](#_Toc343220254)

[Глава 1. Аннотации для руководства 4](#_Toc343220255)

[Глава 2. Характеристика текущей маркетинговой ситуации, описание целевого рынка и положения языковой школы 5](#_Toc343220256)

[2.1. Характеристика продуктов фирмы 7](#_Toc343220257)

[2.2. Характеристика внешней макросреды фирмы 11](#_Toc343220258)

[2.3. Характеристика внешней микросреды фирмы 13](#_Toc343220259)

[2.3.1. Сегментация покупателей, выбор и обоснование целевых сегментов. 13](#_Toc343220260)

[2.3.2 Анализ основных тенденций и емкости отраслевого рынка. 18](#_Toc343220261)

[2.3.3. Конкурентный анализ и построение конкурентной карты рынка 22](#_Toc343220262)

[2.3.4. Анализ структуры и динамики каналов распределения на рынке 29](#_Toc343220263)

[2.3.5. Выявление ключевых факторов успеха 30](#_Toc343220264)

[2.4. Анализ факторов внутренней среды фирмы 32](#_Toc343220265)

[2.4.1. Анализ организационной структуры службы маркетинга 32](#_Toc343220266)

[2.4.2 Анализ маркетинговой информационной системы компании 34](#_Toc343220267)

[2.4.3. Анализ существующей системы планирования и контроля маркетинговой деятельности 37](#_Toc343220268)

[Глава 3. SWOT-анализ маркетинговой деятельности фирмы 39](#_Toc343220269)

[3.1. Анализ конкурентоспособности фирмы и построение профиля конкурентоспособности 39](#_Toc343220270)

[3.2. Анализ шансов и рисков. 40](#_Toc343220271)

[Глава 4. Формирование целей маркетинга 42](#_Toc343220272)

[Глава 5. Разработка стратегии маркетинга 45](#_Toc343220273)

[5.1. Стратегия расширение филиальной сети. 45](#_Toc343220274)

[Глава 6. Разработка маркетинговых политик по элементам маркетинг-микса 49](#_Toc343220275)

[6.1. Товарно-ассортиментная политика 49](#_Toc343220276)

[6.2. Ценовая политика 51](#_Toc343220277)

[6.3. Сбытовая политика 52](#_Toc343220278)

[6.4. Коммуникативная политика 57](#_Toc343220279)

[Глава 7. Затраты на маркетинговую деятельность и бюджет маркетинга 61](#_Toc343220280)

[Глава 8. Программа мероприятий и контроль плана маркетинга 63](#_Toc343220281)

[Часть 2. Индивидуальное задание 67](#_Toc343220282)

[Заключение 75](#_Toc343220283)

[Список литературы 76](#_Toc343220284)

# Введение

Знание английского очень ценится в настоящее время. Человеку со знанием английского гораздо проще устроиться в жизни и найти хорошую работу. Только вот сложно выучить английский язык в России. Рынок коммерческих услуг по изучению иностранных языков начал формироваться в России одним из первых. Фактически, даже в советские времена существовали и вели успешную бизнес-деятельность курсы по платному изучению иностранных языков. Главной причиной удачного сосуществования школ разных форматов на российском рынке стал постоянно растущий потребительский спрос на услуги платного обучения иностранным языкам и расширение целевой аудитории слушателей за счет новых сегментов.

К сожалению, не только программы общеобразовательных школ России, но и высших учебных заведений неязыкового профиля, не дают возможности выпускникам свободно общаться на иностранном языке, что порождает спрос на языковые курсы.

В настоящее время существенную долю российского рынка коммерческого изучения иностранных языков занимают международные сетевые школы, имеющие огромный опыт обучения слушателей во всем мире. Следует отметить, что развитие международных сетевых проектов, особенно с иностранными корнями, идет в России очень быстрыми темпами.

В своей курсовой работе я решила рассмотреть языковую школу «EF - English First», которая с 1995 года занимается языковым обучением в России, а именно, филиал в городе Ставрополе.

Целью работы является анализ маркетинговой деятельности компании «EF - English First» и обоснование ценовой политики в указанном ранее регионе.

Для реализации данной цели определены следующее задачи:

1. рассмотрение рынка коммерческих услуг по изучению английского языка и действия конкурентов в г. Ставрополь;
2. проведение анализа деятельности компании «EF - English First»;
3. разработка стратегии маркетинга и программы;
4. проведение сравнительного анализа цен на рынке языковых курсов в г. Ставрополь;
5. определение оптимальной цены на изучение английского языка в г. Ставрополь.

Курсовая работа состоит из двух частей:

1. Разработка годового плана маркетинга школы английского языка «EF - English First», с учетом особенностей региона.
2. Выполнение индивидуального задания по расчету и обоснованию оптимальной цены на курсы английского языка в г. Ставрополь.

# Глава 1. Аннотации для руководства

Составление годового плана маркетинга подразумевает анализ текущей ситуации (внешней и внутренней среды) и планирование в соответствии с полученной информацией политики в рамках маркетинг-микса (товарно-ассортиментная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политики). В плане маркетинга определяются цели и соответствующие им стратегии фирмы в целом и маркетинга в частности.

Целью работы является рассмотрение теоретических аспектов маркетинговой деятельности, анализ финансовой, хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия, а также на примере языковой школы «EF - English First» произвести расчет и обосновать оптимальную цену курсов английского языка в г. Ставрополь.