Analiza strategiczna przedsiębiorstwa

ANALIZA STRATEGICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA ROBÓT INŻYNIERYJNYCH S.A.

Spis treści

Wstęp
Rozdział I
Strategie marketingowe przedsiębiorstw usługowych
1. Usługa w ujęciu marketingowym
2. Marketingowa klasyfikacja usług
3. Elementy kompozycji marketingu – mix w usługach
4. Charakterystyka wybranych strategii marketingowych w działalności usługowej

Rozdział II
Analiza potencjału Przedsiębiorstwa Robót Inżynieryjnych Spółka Akcyjna w XXX na tle otoczenia
1. Ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa
2. Analiza wewnętrzna
3. Analiza otoczenia przedsiębiorstwa

Rozdział III
Propozycja strategii marketingowej dla Przedsiębiorstwa Robót Inżynieryjnych Spółka Akcyjna w XXX
1. Analiza SWOT
2. Identyfikacja celów strategicznych
3. Segmentacja rynku
Wnioski: Kompozycja marketingu – mix

Spis rysunków
Spis tabel
Bibliografia

Wstęp

W dobie rosnącej globalizacji i intensywnej konkurencji, strategiczne planowanie i

zarządzanie stały się nieodzownym elementem funkcjonowania nowoczesnych przedsiębiorstw. Kluczowym etapem w tym procesie jest analiza strategiczna, która pozwala na zrozumienie i ocenę bieżącej sytuacji przedsiębiorstwa oraz otoczenia, w którym działa. Niniejsza praca koncentruje się na analizie strategicznej Przedsiębiorstwa Robót Inżynieryjnych S.A., działającego na rynku usług inżynieryjnych.

Praca została podzielona na trzy główne rozdziały, każdy z nich skupiający się na innym aspekcie analizy strategicznej.

Pierwszy rozdział jest poświęcony strategiom marketingowym przedsiębiorstw usługowych. Omawia on różne aspekty usług z perspektywy marketingowej, w tym definicję usługi, klasyfikację marketingową usług, elementy marketingu-mixu w usługach oraz charakterystykę wybranych strategii marketingowych stosowanych w działalności usługowej.

Drugi rozdział koncentruje się na analizie potencjału Przedsiębiorstwa Robót Inżynieryjnych S.A. w kontekście jego otoczenia. W tym celu, dokonana zostanie ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa, przeprowadzona analiza wewnętrzna oraz analiza otoczenia, w którym przedsiębiorstwo funkcjonuje.

Trzeci i ostatni rozdział skupia się na propozycji strategii marketingowej dla analizowanego przedsiębiorstwa. Będzie ona bazować na analizie SWOT, identyfikacji celów strategicznych oraz segmentacji rynku.

Celem pracy jest przeprowadzenie kompleksowej analizy strategicznej Przedsiębiorstwa Robót Inżynieryjnych S.A., która umożliwi zrozumienie jego obecnej sytuacji na rynku oraz identyfikację możliwości i wyzwań, przed którymi stoi. Na tej podstawie zostanie zaproponowana strategia marketingowa, która pozwoli na skuteczne funkcjonowanie przedsiębiorstwa w przyszłości.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis!