

Содержание:

Введение

Моей целью курсовой работы состоит изучить и проанализировать коммерческую деятельность всех спортивных организаций на примере компании “PUMA” которая является одной из крупнейших спортивных компаний, именно поэтому она отлично подходит для получения теории по продажам и опыта работы в этой сфере. Сегодня в коммерческой деятельности занято большее количество человек и организаций, чем в производстве. Кроме того, на любом производственном предприятии существует коммерческая служба, от успешной деятельности которой зависит развитие конкурентоспособности всей организации.

Задачи курсовой работы:

- Ознакомиться с организационной структурой отдела продаж компании
- Понять структуру работы отдела продаж компании
- Определить задачи отдела продаж компании
- Проанализировать ассортимент и политику продвижения компании

Чтобы найти ответы на поставленные задачи, были выбраны данные методы:

- Пройти рабочий курс продавца-консультанта
- Наблюдать как работает отдел продаж компании
- Общаться с ребятами из отдела продаж
- Общение с коллегами на высших и низших должностях
- Рассмотреть и изучить историю компании, архивные данные

Объект исследования:

Немецкая компания “PUMA” была основана в 1948 году, Рудольфом Дасслером. Которая специализируется на выпуске спортивной обуви, одежды, спортивного инвентаря, парфюмерии, одежной принадлежности.

Глава 1. Теоретические основы организации коммерческой деятельности.

1.1. Понятие и сущность коммерческой деятельности.

Коммерция, в переводе с латинского торговля, коммерческая деятельность трактуется как деятельность, связанная с торговлей, купле-продажей товаров.

Управление коммерческой деятельностью основывается на принципах и методах управления.

Все подразделение предприятия имеет задачи по их выполнению и отвечает за различные функции, то есть они обладают определённой автономностью. Все эти действия должны быть скоординированы и согласованы во время чтобы создать единство системы управления предприятием. Важно обеспечить взаимодействия между коммерческой деятельностью и целями предприятия. Коммерческая деятельность должна изменяться в соответствии с потребностями и интересами производства. То есть коммерция должна совпадать с целями организации.

Коммерческая деятельность представляет собой предпринимательскую деятельность на товарном рынке и отличается от нее по большому счету тем, что не охватывает процесс изготовления товара или оказания услуги. В широком смысле любая организация, предлагающая на рынок продукты труда своих работников, а значит, участвующая в процессе обмена, может быть отнесена к категории субъектов продажи. Важно учитывать, что, если данный субъект предполагает получение доходов от продажи товаров или оказания услуг, превышающих по размеру затраты на их создание, то его деятельность принято квалифицировать как коммерческую.

Предприниматель со своими коммерческими интересами, стремится приобретать ресурсы и пользоваться услугами. Задача, которую должен выполнить предприниматель, которую ставит перед ним рынок, это сделать качественный хороший товар, который будет иметь спрос и выгодно его реализовать. Поэтому материально-техническое снабжение (закупки и т.п.), как одно из основных условий создания товара, следует полностью отнести к коммерческой деятельности и рассматривать в качестве ее важнейшего элемента.

Как говорил Стив Джобс, один из богатейших людей планеты, цитирую - «всегда выбирайте самый трудный путь, на нем вы не встретите конкурентов»

1.2. Виды коммерческой деятельности.

Основные виды коммерческой деятельности:

- процесс реализации, продажи произведенных или полученных товаров и услуг
- снабженческая деятельность, которая обеспечивает предприятие необходимыми ресурсами
- Деятельность, которая связана с осуществлением торговых и посреднических операций
- Работа с банковскими учреждениями и клиентами, поставщиками и другими контрагентами
- Выявление потребительских предпочтений
- Заключение и реализация контрактов

Есть различные классификации. Так в видах коммерческой деятельности обычно выделяются следующие типы, представленные ниже. Деление, основанное на характере предприятия или виде хозяйственной деятельности: предприятия производственного характера и коммерческая деятельность на таких предприятиях; коммерческая деятельность на предприятиях инновационных; коммерческая деятельность на предприятиях сельскохозяйственных; коммерческая деятельность на предприятиях, которые задействованы в секторе услуг. Деление, основанное на характере, совершаемых операций: сбытовая, закупочная деятельность, торговая, посредническая деятельность. Деление, основанное на виде организации, осуществляющей хозяйственную деятельность в аспекте формы хозяйствования (товарищество, кооператив, индивидуальное предпринимательство, ПАО, НАО и другие). Деление, основано на этапах коммерческой деятельности: управление товарными запасами, ассортиментом товаров, рекламная и информационная работа, оказание услуг, розничная и оптовая продажа товаров.



Рисунок 1. Как видно из рисунка, в коммерческой деятельности участвует множество объектов и субъектов, между которыми устанавливаются различные связи и отношения.

1.3. Управление коммерческой деятельностью в организации.

Эффективная деятельность предприятий и хозяйственных организаций, стабильные темпы их работы и конкурентоспособность в современных экономических условиях определяется уровнем управления! Значение стратегического поведения, позволяющего фирме выжить в конкурентной борьбе, резко возросло. В этих все компании должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и выработать стратегию долгосрочного выживания, которая позволяла бы им поспевать за изменениями происходящими в их окружении

Управление коммерческой деятельностью предприятия – это составляющая часть менеджмента.

Рассмотрим некие компоненты системы управления!

Компоненты системы управления предприятием

- Механизм управления
- Структура управления
- Процесс управления
- Механизм развития
- Искусство управленческой деятельности
- **Механизм управления**
- Принципы управления
- Функции управления
- Цели и задачи управления
- Методу управления
- **Структура управления**
- Виды структур
- Система органов
- Кадры управления
- Техническое средство управления
- **Процесс управления**
- Содержание процесса управление(информация, коммуникации, принятие решений
- Организация процесса управления
- Технология процесса управления
- **Механизм развития**
- Организация совершенствования системы управления
- Анализ экономики системы управления
- **Искусство управленческой деятельности**
- Активность
- Инициатива
- Творчество
- Учёт конкретной обстановки

Вывод по первой главе

Коммерция - «торг, торговые обороты, купеческие промыслы» согласно определению из толкового словаря В.И. Даля.

Самое важное что бы удовольствие в коммерческой деятельности получали обе стороны покупатель и предприниматель, создавая благоприятные условия, мы же на примере компании PUMA предлагаем различную одежду,

Спорт инвентарь, и много всего другого, как мы видим, на данный момент компания в ряду лидеров среди брендов спортивной одежды!

В процессе развития коммерческой деятельности можно наблюдать, как она охватила большую часть рыночных отношений за счёт новых технологий и новых потребностей покупателя. К обычной торговле прибавилось уйму других видов, отношений покупателя и продавца, которые упрощают выбор продукции и при этом не затрачивается много времени на то, чтобы забрать товар или посмотреть его.

Методы управления – это воздействия на управление коммерческими процессами и деятельностью. Они делаются на административные, организационные, экономические и правовые. Методы управления являются тем механизмом управления, который позволяет решать производственные задачи и составляет методологию

Глава 2. Организация работы отдела продаж в компании “PUMA”

2.1. Общая характеристика спортивной организации.



Рисунок 1. Первый логотип компании.

Компания была основана в 1948 году Рудольфом Дасслером, после того, как он поссорился со своим братом Адольфом. До момента ссоры, братья являлись хозяевами фирмы по производству спортивной обуви Gebrüder Dassler.

Начнём историю компании "PUMA", с самого начала, в самом начале у братьев был один общий магазин, по производству тапочек и ортопедической обуви для тренировок спортсменов-инвалидов, их бренд носил название «DASSLER»

После смерти отца, братья в ходе ссоры разделили компанию Адольфа «ADIDAS» и компанию Рудольфа «PUMA»

Так ссора двух братьев, создала один из лучших спортивных брендов «PUMA»



Рисунок 2. Рудольф Дасслер, основатель

компании

Немного из жизни Рудольфа Дасслера.

Родился в семье обувщика и прачки, у которых к тому времени уже были сын и дочь (в 1900 году родился четвёртый ребёнок Адольф). В детстве вместе с братьями развозил чистое белье заказчикам матери, а позже поступил на обувную фабрику, где работал его отец. В августе 1914 года вместе со старшим братом Фрицем был призван в армию и направлен на фронт в Бельгию, где провёл всю войну. После демобилизации окончил полицейские курсы в Мюнхене и поступил на службу в окружное управление. Однако вскоре устроился распространителем товара на фарфоровую фабрику, а затем на нюрнбергское предприятие по торговле кожей. В 1923 году младший брат Адольф пригласил его в свою обувную фирму, открытую в 1920 году. В качестве долевого участия в капитале Рудольф внёс пишущую машинку.

Сначала Рудольф зарегистрировал свою фирму под названием Ruda (первые слоги имени «Rudolf Dassler»), но в октябре 1948 года сменил его из-за неблагозвучности на Puma (в фильме «Дуэль братьев. История Adidas и Puma» 2016 года утверждается, что «Пума» — кличка Рудольфа в молодости из-за многочисленных любовных походов).

Вернёмся к продукции этой самой компании «PUMA»



Рисунок 3. Первые бутсы «Atom» представленные от компании.



Первые бутсы от фирмы Puma, которые

заинтересовали футбольный мир, были выпущены в 1948 году и назывались «Atom». 6. Спустя четыре года после выпуска бутс «Atom», под руководством Рудольфа Дасслера на свет появляются новые бутсы «Super Atom» со съёмными шипами.

Рисунок 4. На фото бутсы «Super Atom»

Рудольф Дасслер внёс решающий вклад в совершенствование бутс, разработав первую готовую к серийному производству обувь с навинчивающимися шипами. К разработке этого проекта, начавшейся в 1949 году, были привлечены многие футбольные эксперты. К старту футбольного сезона 1952/53 годов была выпущена успешная модель «Super Atom», которую носили игроки таких немецких клубов, как дортмундская «Боруссия», франкфуртский «Айнтрахт», «Штутгарт» и «Кайзерслаутерн», — в том числе будущие игроки сборной Хорст Эккель и Вернер Либрих. Уже к следующему футбольному сезону 1953/54 годов на рынке появилась усовершенствованная модель шиповок под названием «Brasil». 23 мая 1954 года в финальном матче чемпионата ФРГ между «Ганновером 96» и «Кайзерслаутерном», завершившемся победой ганноверцев, восемь игроков-победителей были обуты в бутсы этой модели.

Однако после того, как в том же году сборная ФРГ по футболу выиграла финальный матч чемпионата мира по футболу, выступая в обуви Adidas, преимущество Адольфа в войне между братьями стало неоспоримым. Тем не менее Рудольф продолжал войну, неоднократно подавая в суд иски против Adidas. Так,

после чемпионата мира по футболу 1958 года Рудольф заявил, что слоган «Adidas — лучшая в мире спортивная обувь!» вводит всех в заблуждение, поскольку выигравшая чемпионат сборная Бразилии выступала в обуви Puma, потребовал удалить слоган с документов и из рекламных проспектов и выиграл дело. В свою очередь, Adidas регулярно инициировала судебные процессы против Puma, обвиняя их в воровстве технологий. Адольф шутил: «Если бы на Рудольфе каждый раз оставалась дырка, когда я ему давал пинок и говорил: „Эй, это же мое изобретение“, он сейчас выглядел бы как швейцарский сыр».

В целом у компании “Puma”, одна из основных целей, это-привлечение людей к спорту через их бренд, разберём четыре основных коллекции «Puma»

- **Автоспорт**
- **Форма футбольных команд**
- **Lifestyle**
- **Running & Training**



ежит для
х.

Рисунок

5. Обувь, под названием Рисунок 6. Футболка

SF Drift Cat 8 JR SF Big Shield Tee

1. **Форма футбольных команд** - в основном для любителей футбола, а так же для тех, кто не прочь носить футболку с надписью своего кумира на спине.



Рисунок 7. Футболка футбольного клуба Манчестер сити, выступающего в Английской Премьер-Лиге

Рисунок 8. Футболка Милан, выступающий в 1 лиги Италии футбольного клуба

1. **Lifestyle** - Эта одежда предназначена больше для повседневной носки.



**Рисунок 9. Кроссовки , под названием Рисунок 10. Куртка , под
RS - Pure THE HUNDREDS названием MAPM RCT**

1. **Training & Running** - Тренировочный и беговой стиль одежды.





Рисунок 11. Женский тренировочный Бюстгальтер **Рисунок 12. Женские беговые Леггинсы**

Коллаборация компании «Puma»

Назову пятерку самых известных коллабораций компании.

1. PUMA & Les Benjamin's



Рисунок 13. Коллаборация Puma & Les Benjamin's

- Дух Стамбула и хип-хоп в коллекции турецкого дизайнера Буньямина Айдына. Дизайн бренда – сочетание творчества, культурного турецкого наследия и современных трендов: модные силуэты, яркая цветовая палитра, орнаменты национальных турецких ковров

1. PUMA & Karl Lagerfeld



Рисунок 14. Коллаборация PUMA & Karl Lagerfeld

- Новый взгляд на классику и наследие PUMA, благодаря высококачественным тканям, современным силуэтам. **Karl Lagerfeld**, считается иконой мода и одним из самых знаменитых дизайнеров 21 века. Он был известен своим актуальным подходом к стилю и отточенной эстетикой.

1. PUMA & Jahnkoу



Рисунок 15. Коллаборация PUMA & Jahnkoу

- **ЖАНКОУ** - Бренд Марии Казаковой, Российского дизайнера из Сибири. Маша трансформирует уличную моду, вдохновляясь традиционными национальными костюмами и орнаментами, преимущественно русскими.

В 2017 году **ЖАНКОУ** при поддержке **PUMA** дебютировал на Нью-йоркской неделе моды, а так же вышел в финал конкурса молодых дизайнеров LVMH Prize, чем привлёк внимание многих изданий.

1. **PUMA & ADER ERROR**



Рисунок 16. Коллаборация PUMA & ADER ERROR

- бунтари из Сеула, которые вдохновились уличным стилем любимого города. Команда художников из Южной Кореи ADER ERROR, известная по смешиванию андерграундной стрит-культуры и минимализма, взяла классические модели PUMA и стёрла все границы между искусством, модой и спортивной одеждой.

1. **PUMA & Balmain**



Рисунок 17. Коллаборация PUMA & BALMAIN

- креативный директор Balmain Оливье Рустен и модель Кара Делевинь показали, как выглядит роскошь на боксерском ринге.

Неукротимый дух Кары Делевинь, роскошная чувственность Balmain и наследие бренда PUMA – вот три силы, которые объединились в нашей новой коллекции. Сочетание спортивных, вдохновленных боксерской экипировкой, деталей и элементов «от кутюр» – это действительно

Лаконичная модель дополнена фирменным логотипом PUMA x BALMAIN.

2.2. Организационная структура отдела продаж компании “PUMA”.

Начнем с того, что отдел продаж – это незаменимый структурный элемент организации или предприятия, осуществляющий производство продукции или оказание услуг с дальнейшей продажей.

В условиях высокой конкуренции на динамично развивающихся рынках компания должна ставить перед собой четкие цели и определять пути их достижения. В основе задач отдела продаж лежит удовлетворение потребностей покупателей и успешная конкуренция на рынке. Планирование деятельности подразделения сбыта требует учета многих факторов, прежде всего особенностей рынка сбыта,

количества и географического расположения потенциальных потребителей, доли рынка конкурентов, маркетинговой стратегии продвижения продукции и многих других.

Организация деятельности отдела продаж — важная составляющая планирования деятельности всей организации в целом. Несмотря на то что в крупных компаниях иногда речь идет не столько о создании отдела продаж, сколько о его реорганизации, однако и в первом, и во втором случае руководство компании должно выполнить следующее:

- Сформулировать цели отдела продаж
- Разработать оптимальную организационную структуру
- Определить особенности работы с клиентами
- Установить критерии оценки деятельности отдела продаж

То есть по сути, отдела продаж, одна из самых важных деталей шестеренки, Начиная с плана игры, заканчивая подсчетом собранных средств!

Организационная структура любой компании — это способ управления деятельностью группы людей, объединенных общей целью, которая направлена на получение конечного результата. Цель создания организационной структуры состоит в таком распределении обязанностей и координации деятельности членов группы, чтобы при выполнении поставленных задач они действовали как одна команда. Когда речь идет о создании структуры сбыта, задачи соответствующего подразделения формулируются исходя из маркетинговых целей компании.

При создании организационной структуры сбыта необходимо помнить следующее.

- Разделение труда и специализация сотрудников должны быть выгодными компании
- Организация продаж должна обеспечивать стабильность и непрерывность продаж компании
- Организация продаж должна обеспечивать координацию разных видов сбытовой деятельности, выполняемых отдельными сотрудниками или подразделениями фирмы.



Рисунок 12.

Схема организационной структуры отдела продаж компании.

2.3. Анализ ассортимента и политики продвижения компании “PUMA”

Вывод по второй главе

В ходе исследования, работая в в компании “PUMA” были выявлены как хорошие так и плохие стороны работы компании. Основные из них:

- Компания делает большой акцент на маркетинге
- В компании делается большой акцент на результат с учетом внимательно изученного маркетологами человеческого фактора
- История компании является основой
- Все правила и нормы созданы совместной работой, большого коллектива компании
- Компания следит за тенденциями как в спорте так и в моде
- Компания делает все для того, чтобы вырваться в перед по чистой прибыли компании, забывая о материальном положении населения

Исходя из этих пунктов можно сделать вывод что “Puma” как и все крупные компании старается выйти вперед и не уходить в убыток, по моему мнению это не плохо, ведь конкуренция большая и нужно соответствовать стандартам. Могу

выделить лишь то, что даже в кризисные времена компания все равно старалась делать все для покупателей, но к сожалению в данное время с экономическим и мировым положением компании требуется немного отбросить один из материальных классов населения, при этом сделав отдельную линейку одежды и обуви для менее обеспеченного слоя населения, пусть даже не такого премиального качества, этим самым компания оправдывая себя, и по моему мнению и опыту работы считается одной из самых лучших компаний на сегодняшний день.

Заключение

Все без исключений процессы в коммерческой деятельности организации находятся в тесной взаимосвязи, пересекаясь друг с другом, они непосредственно связаны между собой, либо косвенно.

На примере компании PUMA можно понять, что эта компания лидер среди своих конкурентов, способна конкурировать на рынке производя одну из лучших спортивных брендов!

Все в этой компании отскакивает от зубов, начиная от охраны, заканчивая отделом продаж, где за время работы были лучшие продавцы консультанты за весь опыт работы!

Таким образом «Puma» готовит высококвалифицированные профессиональные кадры, которые в дальнейшем смогут помочь нашей экономике развиваться в правильном русле.

Список литературы

1. Абрютин, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учеб. пособие / М.С. Абрютин, А.В. Грачев. – М.: Дело и Сервис, 2017.
2. Бобков, А. Л. Коммерческая деятельность фирмы / А.Л. Бобков, Н.П. Карпусь. – Москва: СИНТЕГ, 2017.
3. Жукова, Т. Н. Коммерческая деятельность / Т.Н. Жукова. – М.: Вектор, 2017.
4. Иванов, Г. Г. Организация и технология коммерческой деятельности / Г.Г. Иванов. – М.: Академия, 2016.
5. Коммерческая деятельность / И.М. Синяева и др. – М.: Юрайт, 2017.
6. Менеджер коммерческой деятельности. Практические основы профессиональной деятельности. – М.: Феникс, 2017.

8. Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление. Ростов н/Д. : Феникс, 2011.
9. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность : учебник. М. : ИНФРА-М, 2010.
10. Каплина С.А. Организация коммерческой деятельности : учеб. пособие. Ростов н/Д. : Феникс, 2012.
11. <https://ru.puma.com/select/puma-x-les-benjamins.html>
12. [https://ru.m.wikipedia.org/w/index.php?title=Puma_\(компания\)&stable=1](https://ru.m.wikipedia.org/w/index.php?title=Puma_(компания)&stable=1)
13. <https://www.advertiser-school.ru/advertising-history/istoriya-brenda-puma.html>
14. <https://theblueprint.ru/fashion/specials/puma-select-special>
15. <https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/alliance.htm>
16. <https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/alliance.htm>