25.11.2020

Группа 31 К заочное обучение

Номер пары 1 и 2

МДК 02.03 Маркетинг

Преподаватель Торгашова Екатерина Викторовна

Тема: выполнение практических заданий

Задание:

необходимо решить все 10 практических заданий, разделившись по парам самостоятельно

и отправить на почту преподавателя подписав файл «ФамилияФамилия ПЗмаркетинг»

1. Во время рекламной компании ОАО «Ладаагророммаш» производящей сельскохозяйственную технику, были проведены следующие мероприятия:

–реклама на ТВ, по радио и на дорогах;

-рекламные акции в местах продаж;

-участие в международной ярмарке для показа новинок.

Достаточен ли набор проведенных маркетинговых мероприятий?

Проранжируйте по степени значимости. Какие еще маркетинговые коммуникации могут быть использовать в указанной ситуации

1. Какое решение следует принять по выбору канала распределения?

1.Канал одноуровневый (использование посредника-розничной торговли) – издержки обращения – 60 млн.руб, прибыль -30 млн.руб.

2.Двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику) – издержки обращения – 40 млн.руб., прибыль – 120 млн.руб.

Выбор канала распределения по критерию эффективности определяется по формуле:

Q=П/Из\*100% , где

П- прибыль, руб.

Из- издержки, руб.

Q-средняя норма прибыли, %.

1. Выберите один из сегментов рынка по критерию максимального размера сбыта:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Характеристика сегмента | Сегмент 1 | Сегмент 2 | Сегмент 3 |
| Емкость, тыс.ед. | 3000 | 1800 | 1300 |
| Предполагаемая доля рынка фирмы | 1/30 | 1/20 | 1/10 |

Q=N х d

Q-объем потенциального сбыта;

N-емкость рынка (сегмента), тыс.ед.

d-предполагаемая доля рынка фирмы.

1. Составить анкету для опроса потенциальных потребителей экологически чистых овощей или другой продукции с целью увеличения их производства. В ходе разработки анкеты необходимо продумать формулировки вопросов, пробуждающие интерес у респондентов. Анкета может быть составлена с применением открытых и закрытых вопросов. (5 вопросов, но исключить вопросы про пол, возраст, социальный статус)

5.Составить схемы товародвижения для продуктов питания: печенье, мясо, клубника и дайте характеристику изменения цены от разных каналов товародвижения.

6. Ознакомиться с правилами составления рекламы. Проверить, соблюдаются ли они в рекламных сообщениях местных газет. Анализ рекламных объявлений проведите в форме таблицы:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерии | Объявление 1 | Объявление 2 | Объявление 3 |
| Простота и ясность |  |  |  |
| Способность заинтересовать |  |  |  |
| Краткость |  |  |  |
| Отсутствие отрицания (частицы ***не***) |  |  |  |
| Здравый смысл |  |  |  |
| Аргументированность |  |  |  |
| Искренность |  |  |  |
| Повторение наиболее значимых аргументов |  |  |  |
| Привлекательность и занимательность |  |  |  |
| Конкретные рекомендации |  |  |  |
| Надежность |  |  |  |
| Отсутствие критики конкурентов |  |  |  |

Вместо номеров объявлений укажите реальный источник рекламы

7.Составить рекламное объявление для продуктов питания, для помещения его в местной газете (составными элементами является: заголовочный комплекс, основной текст, заключение с указанием реквизитов). Обращение составить по принципам: внимание, интерес, желание, действие.

Место для объявления

Укажите газету и оформите текст объявления в рамке, используя разный цвет и размер шрифта.

8.Составить логотип, слоган, товарный знак для продукции предприятий АПК (молокозавода, с.х. предприятия, мясокомбината и др.)

Примечание. Логотип – фирменная шрифтовая надпись.

Слоган – фирменный лозунг.

Товарный знак – торговая марка.

Место для логотипа

9.Исследовать цены в розничной торговле по видам продукции.

Посетить магазин предприятия и записать стоимость разных видов (сортов) трех продуктов питания, составить таблицу:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид продукта | Характеристика | Цена за единицу  продукта |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

По результатам исследования объяснить причины различий в зависимости от качества, ингредиентов, калорийности, сроков реализации, упаковки, рекламы.

На основе исследования разработать предложения по реализации продуктов питания.

10.Охарактеризовать главных конкурентов предприятия (выбрать самостоятельно) по видам продукции в регионе. Заполните таблицу

Характеристика конкурентов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерии | Торговые организации выбираете сами |  |  |  |
| число конкурентов |  |  |  |  |
| структура бизнеса (размеры собственности, специализация |  |  |  |  |
| рыночная доля(прошлом, настоящим, в перспективе) |  |  |  |  |
| используемая ими стратегия (виды продукции, ее распределение, стимулирование сбыта, назначаемые цены) |  |  |  |  |
| способности и возможности конкурентов в области маркетинга, производства, финансов, возможности появления на рынке новых конкурентов. |  |  |  |  |

Напишите, какие методы использует Ваше предприятие в конкурентной борьбе, что выигрывают потребители.