

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Казанский национальный исследовательский технический
университет им. А.Н.Туполева – КАИ»

Институт экономики, управления и социальных технологий

Методические указания
по выполнению лабораторных работ по дисциплине Б1.В.ДВ.09.02
«Продвижение инновационного продукта»

Казань 2019

ЛАБОРАТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ №1 Вопросы ценообразования

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Факторы, влияющие на ценообразование.
2. Роль конкуренции в формировании цены.
3. Ценообразование на новые продукты Дискуссия:

Какая ценовая политика наиболее вероятна в розничных сетях? ЛАБОРАТОРНОЕ задание:

Определите методы ценообразования для продуктов, уже существующих на рынке.

ЛАБОРАТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ №2 Вопросы ценообразования

Примерный план и вопросы для обсуждения: 1. Зависимость политики цен от типа рынка, задач предприятия, социально-политических и экономических условий.

3. Система скидок при реализации ценовой политики компаний.
4. Поведение и политика фирмы при росте цен. Дискуссия:

Увеличение цены на товар. Выгода или убыток? ЛАБОРАТОРНОЕ задание:

Использование показателя эластичности в маркетинге.

ЛАБОРАТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ №3 Управление каналами товародвижения

Примерный план и вопросы для обсуждения:

Содержание товародвижения.

Структура решений по каналам распределения.

Построение каналов распределения продукции.

Управление каналами товародвижения.

Методы обеспечения сотрудничества внутри каналов распределения. Дискуссия:

В чем преимущества и недостатки каналов распределения различных уровней? ЛАБОРАТОРНОЕ задание:

Проанализировать структуру каналов товародвижения конкретной фирмы и определить меры по ее совершенствованию.

ЛАБОРАТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ №4

Маркетинговые коммуникации

Примерный план и вопросы для обсуждения

1. Функции продвижения.
2. Основные виды продвижения.
3. Роли исследований и продвижения в маркетинге.
4. Состав и основные положения теории и практики рекламной деятельности.
5. Рекламирование в промышленном маркетинге.
6. Разработка сообщения (послания).
7. Работа рекламных агентств.
8. Планирование рекламной деятельности. Дискуссия.

Каким образом можно увязать цели продвижения и конкретные действия по стимулированию спроса и улучшению образа компании? ЛАБОРАТОРНОЕ задание:

Разработать текст рекламного послания с использованием эмоциональных мотивов.

ЛАБОРАТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ №5

Маркетинговые коммуникации

Примерный план и вопросы для обсуждения

1. Прямой и интерактивный маркетинг.
2. Стимулирование продаж.
3. Связи с общественностью.
4. Пропаганда.
5. Достоинства и недостатки различных методов коммуникаций. Дискуссия.

Каким образом можно увязать цели продвижения и конкретные действия по стимулированию спроса и улучшению образа компании? ЛАБОРАТОРНОЕ задание:

Разработать план маркетинговых мероприятий по продвижению конкретного товара.

ЛАБОРАТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ №6 Планирование в маркетинге

Примерный план и вопросы для обсуждения

1. Порядок разработки программ и планов маркетинга.
2. Основные элементы и разделы маркетингового плана.
3. Анализ выполнения плана маркетинга.

Дискуссия.

Может ли компания, работающая в рыночных условиях, обходиться без планирования своей маркетинговой деятельности? Обоснуйте свою позицию.

ЛАБОРАТОРНОЕ задание:

Разработать план маркетинга. Конкретная ситуация - «магазин розничной торговли».

ЛАБОРАТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ №7 Планирование в маркетинге

Ситуационная задача 1

Дирекция крупного магазина самообслуживания приняла решение открыть отдел быстрого питания. Был разработан бизнес-план и план маркетинговой деятельности на ближайшее время.

Какие критериальные показатели плана маркетинга должны контролироваться дирекцией в этом проекте? Какие основные различия в контроле маркетинговой деятельности розничной торговли и общественного питания можно отметить?

Ситуационная задача 2

Управляющий сетью гостиниц располагает данными годовых отчетов обеих деятельности за прошедший год: две гостиницы имели примерно равные материальные возможности и объем дохода за анализируемый период. Однако в одной издержки были в полтора раза выше, а соответственно рентабельность ниже. По-видимому, новый главный менеджер этой гостиницы сумел сократить расходы. Вторая гостиница имела на 30% меньшую прибыль. Проанализируйте ситуацию. Какую информацию необходимо иметь, чтобы принять правильное решение?

ЛАБОРАТОРНОЕ ЗАНЯТИЕ №8 Маркетинговый контроль

Примерный план и вопросы для обсуждения

1. Содержание маркетингового контроля, его виды.
2. Понятие ситуационного анализа и порядок проведения.
3. Ревизия мероприятий, организационных процессов и оргструктур. Дискуссия.

Может ли компания, работающая в рыночных условиях, обходиться без контроля своей маркетинговой деятельности? Обоснуйте свою позицию. ЛАБОРАТОРНОЕ задание:

Разработать порядок контроля результатов планирования. Конкретная ситуация - «магазин розничной торговли».