Задание для контрольной работы

по дисциплине «Основы маркетинга»

Выберите фирму информация о деятельности которой ВАМ доступна. Для выбранной фирмы:

1. 1.Дайте краткую характеристику фирмы. Обоснуйте необходимость перехода анализируемой фирмы к маркетинговой концепции управления.
2. Проанализируйте работу службы маркетинга на фирме. Какие функции маркетинга являются наиболее существенными.
3. Опишите маркетинговую среду функционирования фирмы. Какие из контролируемых и неконтролируемых факторов и в каком направлении оказывают давление на деятельность фирмы в большей степени.
4. Выполните SWOT-анализ, сделайте вывод о приоритетных стратегиях развития фирмы.
5. Проанализируйте маркетинговые возможности фирмы методом Ансоффа.
6. Составьте лист оценки конкурентоспособности фирмы в конкурентной среде. Определите стержневую компетенцию фирмы и ее конкурентное преимущество.
7. Проведите сегментирование целевого рынка методом вложенной иерархии.
8. Опишите профиль целевых сегментов и их ценностные ориентиры.
9. Дайте рекомендации по формированию комплекса маркетинга «4Р» для целевых сегментов рынка.

Контрольную работу выполнить в компьютерном варианте, шрифт 14.

Объем контрольной работы 10-15 страниц.

**Оценка работы** складывается из оценок ответов на каждый вопрос. Ответы на вопросы оцениваются:

0 баллов – нет ответа на вопрос;

1 балл – ответ неполный, не используются требуемые методики;

2 балла – полный ответ с использованием требуемых методик.

Дополнительно 2 балла за сдачу контрольной работы в установленный срок (оговаривается преподавателем на занятиях во время сессии).

Таким образом, максимальная оценка контрольной работы - **20 баллов.**