Задания для аттестации при переводе

дисциплина «Стратегии в менеджменте: маркетинговые стратегии»

1. Описать суть стратегического планирования и его связь с бизнес - показателями.
2. Выделить показатели маркетинговой деятельности, отражающие ориентацию на потребителя.
3. Критерии выбора канала распределения.
4. Для компании выберите и обоснуйте расчетами стратегию:

S1 - увеличение доли рынка на 5 процентных пунктов в следующем году с дополнительным бюджетом на кампанию продвижения в 10 млн.руб.

S2 - сохранение рыночных параметров с помощью снижения затрат на единицу продукции на 10% и снижения цены на 50 руб. за упаковку.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели компании | базовые данные | Strategy 1 | Strategy 2 |
| Рыночный спрос, тыс.ед. | 1100 |  |  |
| Доля рынка,% | 20% |  |  |
| Объем продаж тыс.ед. |  |  |  |
| Ср.цена ед.продукции,р | 750 |  |  |
| Объем продаж,  |  |  |  |
| Ср. затраты на ед., р. | 500 |  |  |
| Ср.маржа на ед., р. |  |  |  |
| Валовая прибыль,  |  |  |  |
| Затраты (Марк/продажи), млн.р. | 16 |  |  |
| NMC |  |  |  |
| Текущие расходы, млн.р. | 23 |  |  |
| Прибыль |  |  |  |
| MROI |  |  |  |
| MROS |  |  |  |

Критерии оценки: расчет всех базовых данных – 4 б

 расчет данных по всем стратегиям – 5-7б

 все расчеты и полные выводы – 8-10б