

МППиУ Практическое занятие №1

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ КОМПАНИИ

Содержание задания:

Каждой подгруппе нужно осуществить маркетинговый анализ и описать по выбранной коммерческой организации, работающей на **B2B-рынке в Республике Беларусь**, следующие основные моменты:

- 1. наименование организации / форма собственности;**
- 2. профиль деятельности, какие свойства компании особенно ценятся на рынке;**
- 3. краткое описание выпускаемой продукции / оказываемых услуг;**
- 4. основные рынки сбыта;**
- 5. основные клиенты / группы клиентов / виды (типы) клиентов;**
- 6. провести сегментирование клиентов, оценить их потенциал и предложить новые целевые сегменты;**
- 7. как потребитель отзывается о товаре компании, основные причины покупки и отказа от товара / услуги компании;**
- 8. интересные (на самом деле интересные!) факты / новости из «жизни» коммерческой организации;**
- 9. вывод о предполагаемых ВАМИ перспективах (успешности / не успешности) компании в будущем.**

Источники информации для анализа:

- официальный сайт компании;
- аналитические статьи в онлайн-изданиях или в «традиционной» прессе;
- результаты поиска в онлайн-новостях;
- интервью и опросы знакомых сотрудников компании;
- промо-материалы компании;
- любые иные источники.

Форма представления выполненного задания:

1. письменный отчет (3-5 страниц печатного текста), который в дальнейшем представляется подгруппой (бригадой) на итоговом зачете в конце семестра со всеми остальными заданиями. К отчету могут прилагаться копии аналитических статей, промо-материалы, распечатки онлайн-новостей и т.п.;
2. устная презентация (с показом «слайдов»!) в классе (8-10 минут, 8-12 слайдов), которая должна охватывать все упомянутые выше пункты анализа.

Приветствуется использование дополнительных изобразительных и раздаточных материалов (каталоги продукции, газетные вырезки со статьями о компании, образцы продукции и т.п.). Материал должен преподноситься доступно и понятно.