**Инструкция по выполнению практических занятий**

1.Студентам для выполнения задания по практическим занятиям МППиУ необходимо:

1. Разбиться по бригадам, в бригаде должно быть не более трех студентов.

2.Каждой бригаде необходимо выбрать коммерческую организацию, которая работает на В2В-рынке.

3.Согласно заданию к практическому занятию (шесть заданий за семестр) необходимо подготовить презентацию (шесть презентаций за семестр).

4.На одну бригаду оформляется один отчет по практической работе, отчет сдается в конце семестра на зачете по МППиУ, в отчет включается текст доклада к презентации по заданной теме. Презентация распечатывается (по шесть (восемь) слайдов на странице) печать слайдов черно-белая.

5.Каждая бригада докладывает свои презентации на практическом занятии. Для демонстрации презентации на занятиях необходимо принести ноутбук (если класс не оборудован проектором).

6.Зачет по МППиУ производится по билетам в письменном виде, в билете два теоретических вопроса. При выполнении практических заданий в срок и отсутствии пропусков занятий - возможен зачет автоматом.

7.Рекомендуемый учебник по предмету: Котлер Ф - Основы Маркетинга.

***Задания к практическим занятиям по МППиУ***

**МППиУ Практическое занятие №1**

**МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ КОМПАНИИ**

Содержание задания:

Каждой подгруппе нужно осуществить маркетинговый анализ и описать по выбранной коммерческой организации, работающей на В2В-рынке в Республике Беларусь, следующие основные моменты:

1. **наименование организации;**
2. **форма собственности;**
3. **профиль деятельности;**
4. **краткое описание выпускаемой продукции / оказываемых услуг;**
5. **основные рынки сбыта и основные клиенты / группы клиентов / виды (типы) клиентов;**
6. **интересные (на самом деле интересные!) факты / новости из «жизни» коммерческой организации;**
7. **вывод о предполагаемых ВАМИ перспективах (успешности / не успешности) компании в будущем.**

Источники информации для анализа:

* официальный сайт компании;
* аналитические статьи в онлайн-изданиях (поиск через Google, tut.by, Yandex и др.) или в «традиционной» прессе;
* результаты поиска в онлайн-новостях (<http://news.google.com/>, <http://news.tut.by/>, <http://news.yandex.by/> и др.);
* 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 преподносится доступно и понятно.

**МППиУ Практическое занятие №2**

**ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОВ И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, РАБОТАЮЩЕЙ НА В2В-РЫНКЕ**

Содержание задания:

Каждой подгруппе нужно осуществить маркетинговый анализ и описать по выбранной коммерческой организации, работающей на В2В-рынке в Республике Беларусь, следующие основные моменты:

1. **основные конкуренты рассматриваемой коммерческой организации на В2В-рынке в Республике Беларусь;**
2. **ваше понимание, в чем состоят конкурентное преимущество рассматриваемой коммерческой организации и ее стратегия позиционирования (относительно конкурентов);**
3. **вывод о предполагаемых ВАМИ перспективах (успешности / неуспешности) компании в будущем.**

Сведения об основных конкурентах должны быть сведены в таблицу с обязательным указанием их сильных и слабых сторон!

Источники информации для анализа:

* официальный сайт компании;
* аналитические статьи в онлайн-изданиях (поиск через Google, tut.by, Yandex и др.) или в «традиционной» прессе;
* результаты поиска в онлайн-новостях (<http://news.google.com/>, <http://news.tut.by/>, <http://news.yandex.by/> и др.);
* 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.;

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 преподносится доступно и понятно.

**МППиУ Практическое занятие №3**

**ТОРГОВАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ**

Содержание задания:

Каждой команде нужно сделать в аудитории презентацию одного из товаров (услуг) своей компании **(только одного конкретного товара или услуги!),** затрагивая следующие основные моменты (добавление своих пунктов приветствуется):

1. **Наименование товара**
2. **Какие проблемы потребителя этот продукт решает (= зачем он потребителю?)**
3. **Его основные и важные для потребителя характеристики**
4. **Его конкурентные преимущества по отношению к конкретным аналогам на рынке (= продающие моменты)**
5. **Его недостатки?**
6. **Другие важные на ваш взгляд элементы**

Презентация имеет целью **убедить аудиторию купить данный товар**.

Форма презентации может быть любой. Возможно даже нарушение последовательности и состава указанных выше моментов.

Приветствуются иллюстрации, **макеты и демонстрации**!!!

**Товар или услуга должны быть ориентированы на В2В-рынок, т.е. на потребителей – юридических лиц!!!**

Источники информации:

* официальный сайт компании;
* каталоги и буклеты компании;
* интернет-ресурсы, связанные с товарами данной отрасли.

Некоторые примеры для размышления:

        Торговая презентация - элемент продвижения товара // <http://sales-doc.org.ua/torgovaya-prezentacya.html> (и все материалы далее по ссылке «далее»)

        Секрет успеха презентаций Стива Джобса // <https://www.youtube.com/watch?v=uSSlmHZDQHE>

        Что такое продающие моменты? // <http://sokarp.ru/chto-takoe-prodayushhie-momenty.html>

        How to Create a Powerful Sales Presentation// <http://sbinfocanada.about.com/od/salesselling/a/presentationkr.htm>

        10 Little-Known, Rarely Discussed, Highly Effective Presentation Techniques // <http://www.presentation-pointers.com/showarticle/articleid/25/>

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 преподносится доступно и понятно.

**МППиУ Практическое занятие №4**

**КОНЦЕПЦИЯ НОВОГО ТОВАРА ИЛИ УСЛУГИ**

Содержание задания:

Каждой подгруппе нужно сделать в аудитории презентацию концепции нового товара (или услуги) своей компании **(только одного конкретного нового товара или услуги!),** затрагивая следующие основные моменты (добавление своих пунктов приветствуется):

1. **Наименование товара**
2. **Краткое описание его сути, функционала (для чего нужен? что делает?), с особым акцентом на новинках, т.е. отличительных чертах от уже существующих товаров (технических, технологических, маркетинговых)**
3. **Макет или эскиз товара**
4. **Краткое описание целевой аудитории, для которой предназначен товар**
5. **Причины, по которым данный товар стоит начать производить (оказывать услугу) = почему существующие товары не могут удовлетворить те же потребности**
6. **Тип ассортиментной стратегии (расширение, углубление и т.п.)**
7. **Наличие конкурентных аналогов на рынке**
8. **Примерная стоимость (цена), в том числе относительно существующих товаров компании и товаров-конкурентов**
9. **Примерные затраты на разработку товара и освоение его выпуска**
10. **Другие важные на ваш взгляд элементы, например:**
11. **необходимость брендировать товар**
12. **потребность в специфическом продвижении (реклама, PR, digital и т.п.)**
13. **важность партнерства с другой компанией**
14. **и т.п.**

Презентация имеет целью **убедить «руководство компании» начать производство данного товара (оказания услуги)**.

**Товар или услуга должны быть ориентированы на В2В-рынок, т.е. на потребителей – юридических лиц!!!**

Товар не может быть похожим на товар из задания №2!!!

Источники информации:

        официальный сайт компании и сайты конкурентов;

        каталоги и буклеты компании и конкурентов;

        аналитические материалы по отрасли;

        интернет-ресурсы, связанные с товарами данной отрасли.

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 преподносится доступно и понятно.

**МППиУ Практическое занятие №5**

**АУДИТ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, РАБОТАЮЩЕЙ НА В2В-РЫНКЕ**

Содержание:

Каждой подгруппе провести анализ по следующим ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ пунктам (добавление своих пунктов приветствуется):

1. **какую стратегию сбыта (эксклюзивный, селективный, интенсивный) использует компания**
2. **какие каналы распределения использует компания**
3. **какие типы торговых и неторговых посредников участвуют в работе этих каналов**
4. **каково среднее количество уровней в каналах распределения компании**
5. **каковы (размер в %!) по вашей оценке торговые и иные надбавки к первоначальной цене продукции есть в каналах распределения**
6. **какова система мотивации посредников со стороны компании**
7. **какие проблемы/недостатки можно выделить в существующих каналах распределения**
8. **какой канал распределения целесообразно использовать для нового товара из задания №3 (спроектировать канал!)**

Источники информации:

        официальный сайт компании;

        аналитические статьи и материалы;

        иные материалы о компании, ее конкурентах и рынке.

Форма представления выполненного задания в рамках семинара:

1. письменный отчет (3-5 страниц печатного текста, аккуратно оформленного), который в дальнейшем подшивается в журнал/досье/портфолио и представляется командой 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 (10-15 минут), которая должна охватывать все упомянутые выше пункты анализа, однако может иметь любую форму и «легенду». Приветствуется использование дополнительных изобразительных и раздаточных материалов (каталоги продукции, газетные вырезки со статьями о компании, образцы продукции и т.п.). Материал должен преподносится доступно и понятно.

**МППиУ Практическое занятие №6**

**РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ УЧАСТИЯ КОМПАНИИ В ВЫСТАВКЕ**

Содержание:

Каждой подгруппе нужно разработать концепцию участия компании в выставке по следующим ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ пунктам (добавление своих пунктов приветствуется):

1. **Определить, в какой (реально существующей!!!) выставке 2018 или 2019 года компании следует участвовать и обосновать, почему;**
2. **Кратко рассказать про выставку: название, место проведения, организатор, участники, количественные характеристики за прошлые годы + фотографии и интересные факты;**
3. **Обосновать перечень необходимых экспонатов для выставки (рекламные материалы, образцы продукции, каталоги, сувениры, компьютерная техника и т.п.);**
4. **Разработать (схематично) планировку выставочного стенда (павильона) компании, его приблизительную площадь, его размещение в выставочном зале (у входа, в центре и т.д.);**
5. **Продумать общую форму оформления стенда: цветовое решение, используемые материалы, одежда сотрудников, видео- и аудио-сопровождение и т.п.;**
6. **Продумать стратегию использования digital-“фишек”: например, QR-кодов, RFID-браслетов, WiFI, Bluetooth, фото-будки, компьютера с загруженным промо-сайтом и т.п.**
7. **Определить количество и состав сотрудников компании, направляемых на выставку (например, директор, менеджеры по продажам и др.);**
8. **Разработать перечень (план) пиар-мероприятий в рамках выставки (пресс-конференция, бесплатный семинар и т.п.);**
9. **Написать сценарий (скрипт) общения с посетителем выставки, представить его во время презентации на экране в виде алгоритма;**
10. **Составить перечень вопросов в рамках анкетирования посетителей стенда;**
11. **Обосновать необходимость, адресатов и форму рассылки приглашений посетить ваш стенд на выставке;**
12. **Определить (приблизительно) необходимый бюджет для участия в выставке, при этом брать конкретные тарифы конкретных гостиниц, транспортных средств, выставочных павильонов и т.д.**

Источники информации:

        официальный сайт компании;

        официальный сайт выбранной выставки;

        данные о стоимости проезда, проживания в гостинице, питания и т.п. из интернета.

Форма представления выполненного задания в рамках семинара:

1. письменный отчет (3-5 страниц печатного текста, аккуратно оформленного), который в дальнейшем подшивается в журнал/досье/портфолио и представляется командой 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 (10-15 минут), которая должна охватывать ВСЕ упомянутые выше пункты анализа, однако может иметь любую форму и «легенду». Приветствуется использование дополнительных изобразительных и раздаточных материалов (каталоги продукции, газетные вырезки со статьями о компании, образцы продукции и т.п.). Материал должен преподносится доступно и понятно.