

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

Факултет „Международна икономика и политика“, катедра „МИО и бизнес“

Специалност: МИО – Управление на международни проекти

Модул: **Международен маркетинг**

Преподаватели: проф. д.ик.н. Бистра Боева

гл. ас. Олег Лозанов

КУРСОВА ЗАДАЧА №1

**Тема: "Особености на задграничната пласментна и
комуникационна политика на фирма – резултати, проблеми,
перспективи"**

Обект: „Трейс Груп Холд“ АД

Автор: Пламен Апостолов Ф. № 1322231

гр. София

2014

СЪДЪРЖАНИЕ

Задание	3
Въведение	4
Същинска част	5
История на компанията	5
Визия на компанията	6
Структура на холдинга /дъщерни дружества/	7
Целеви пазари	8
Маркетингов подход	8
Изводи	11
Източници на информация	11

ЗАДАНИЕ

УНСС, КАТЕДРА „МИО И БИЗНЕС”

Магистърска степен на обучение

Учебна дисциплина „Международен маркетинг”

I. Практическа задача по I-ва част

ОСОБЕНОСТИ НА ЗАДГРАНИЧНАТА ПЛАСМЕНТНА И КОМУНИКАЦИОННА ПОЛИТИКА НА ФИРМА „ X „ – РЕЗУЛТАТИ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

1. Изберете дадена **международноориентирана българска компания**. Намерете адреса ѝ в Интернет. За целта се възползвайте от известните ви търсачки или от списъка на БТПП за 100-те водещи български фирми
2. Проучете информацията за избраната фирма. Използвайки събраните данни, направете проучване за особеностите на задграничната маркетингова дейност на фирмата. Опишете резултатите от направеното проучване във вид на кратък писмен доклад, включващ:
 - общо представяне на компанията;
 - използвана концепция за международен маркетинг (примерно, мултинационален подход, глобален подход);
 - целеви пазар/и;
 - основни подходи, териториален обхват, пласментни стратегии и методи, прилагани в различните страни;
 - форми и методи за комуникационно въздействие, използвани на задграничните пазари;
 - крайно обобщение и изводи.

II. Условия за изработване, представяне и оценка на практическата задача

1. Разработената практическа задача се представя и защитава в края на лекционния цикъл. Тя е задължително условие за явяване на изпита.
2. Заданието следва да бъде написано на компютър, в обем между 5 и 10 стандартни страници.
3. Оценката се извършва по шестобалната система, като се вземат предвид следните критерии:
 - научна и практическа обосновааност на постановките;
 - конкретност, точност и целенасоченост на аргументите;
 - логична последователност и синтезираност на изложението
 - познаване и преосмисляне на теоретичните постановки;
 - собствено мислене и способност за анализ и оценка;
 - прегледност при оформлението, езикова коректност.
4. Анулират се всички доклади, които се дублират с други или са заимствани от готови материали, в т.ч. от Интернет, без самостоятелен анализ и оценка.

ВЪВЕДЕНИЕ

В днешния глобален свят, създаващ предпоставки за отворена пазарна икономика, все по-честото навлизане на чуждестранни компании на българския пазар и концепции като „Европа на регионите”, поставя на дневен ред въпроса къде е мястото на българските компании в тази обща „картина”. От друга страна строителството е уникален сектор на икономиката, защото е една от изначалните дейности в човешката история, за които свидетелстват и днешните археологически открития. Професионалистите правят оценка на развитието на технологичния напредък на дадена раса според градежите, които е извършила.

Днес строителството продължава да има голямо значение за националните икономики, като в повечето развити и развиващи се държави делът му от БВП за съответната страна е значителен. Фирмите занимаващи се с различни строителни дейности и/или проектиране варират от т.нар. микропредприятия до големи консорциуми, борещи се за своя дял на ограничения пазар.

Целта на настоящето изследване е разкриване особеностите на задграничната пластментна и комуникационна политика на строителните фирми на примерна на фирма „Трейс Груп Холдинг“ АД.

Настоящата курсова работа решава следните **задачи**:

- Изследване вътрешната структура на компанията
- Проучване на маркетинговата ѝ политика
- Синтезиране на изводи и очаквани тенденции

Обект на проучване е холдинговата компания „Трейс Груп Холд“ АД, с основна дейност строителство и поддръжка на транспортна инфраструктура – жп, пътна, метрополитен. Компанията предлага и допълнителни услуги разгледани по-надолу в изложението.

За постигане целта на курсовата задача и изпълнението на поставените задачи са използвани следните **методи за проучване**:

- Аналитичен – при който се набира изходна информация, свързана с темата на работата;
- Синтезен – при него се обработва и интерпретира събраната информацията от анализа съобразно целта на курсовата задача.

Похватите използвани за **набиране на данните**, използвани в курсовата задача са:

- Интернет проучване – проучване интернет присъствието на компанията в глобалната „мрежа“. Официален сайт, канали за видео споделяне, информация на фондовата борса и други електронни източници;
- Кабинетно проучване – преглед на специализирани периодични издания, в които са споменава дейността на фирмата или са поместени интервюта на нейни представители;
- Неформални интервюта /разговори/ със служители в компанията;
- Проучване на литература в областта на международния маркетинг.

Особености на разработката

Особеностите на разработката са породени от основната дейност, с която се занимава избраната фирма – строителството. Специфичното за нея е, че може да се причисли към сферата, на

услугите, но по своята същност има материален характер. В този смисъл строителните фирми притежават характеристики както на класическите продуктови фирми, така и такива предоставящи услуги.

Структура на разработката

За по-ясното представяне на доклада същинската част е структурирана в няколко основни точки, в които се разглежда историята и структурата на компанията, целевите ѝ пазари и маркетинговите похвати, които използва. Поставен е акцент на конкретната дъщерна компания имаща отношение към международния маркетинг, както и към цялостната маркетингова политика на компанията.

СЪЩИНСКА ЧАСТ

История на компанията

Началото на холдинга „Трейс Груп Холд“ АД в правния мир е поставено през 2004 година, когато то той официално се учредява. Въпреки това корените на компанията са малко по-надалеч във времето. Същинската история започва от 1993 г., когато с решения на Министерски съвет част от активите на Пътно управление Стара Загора се преобразуват и се създава „Пътстройинженеринг“ ЕООД, с управител и сегашния председател на Управителния съвет на борда на директорите в „Трейс Груп Холд“ – инж. Николай Михайлов. През 1995 г. дружеството се преобразува в еднолично акционерно дружество. Само 2 години по-късно капиталът на „Пътстройинженеринг“ става 100% частен след като държавата обявява за приватизация 65% от него. Това съвпада с трудния за България период на икономическа рецесия, но въпреки това фирмата се развива успешно – няма дългове и продължава да печели и изпълнява проекти за реконструкция и рехабилитация на републиканската пътна мрежа на страната. През 2002 г. компанията си сменя името на „Пи Ес Ай“ АД – и до днес едно от дъщерните фирми на холдинга. На следващата година се създава СХ "Трейс Груп" АД. В холдинговата структура влизат 14 фирми, сред които водеща е "Пи Ес Ай" АД. Холдингът управлява браншово обвързани компании и контролира техния производствен, финансов, мениджърски и човешки потенциал. Така през 2004 г. се учредява „Трейс Груп Холд“ АД, който е обект на изследване на настоящата разработка. Централните офиси се намират в София и Стара Загора, като има и такива в градовете Бургас, Сливен, Ямбол, Кърджали, Смолян и Казанлък. 2007 година поставя началото на листването на компанията на Българската фондова борса, с което става публично дружество и отбелязва рекорд по презаписване с първичното публично предлагане на 200 000 нови акции.

От този момента нататък компанията започва да се ориентира към **външните пазари** и създава дъщерни дружества в Оман и Сърбия.