
Име, презиме, фамилия

Магистърска програма, магистърски номер

ЗАДАНИЕ ЗА САМОСТОЯТЕЛНА РАБОТА ПО „Принципи на маркетинга“

Уважаеми колеги,

Това задание ви дава възможност да демонстрирате степента на овладяване на концепцията на маркетинговата наука чрез прилагането ѝ в практически аспект.

Основната цел на заданието е да се доразвият, прецизират и оценят познанията ви, получени с помощта на учебника и свитъка с материали за самоподготовка по дисциплината.

Вашата задача е да превърнете овладените маркетингови понятия, инструменти, методи и подходи в успешни средства за вземане на пазарни решения. Вие трябва да сте убедени, че маркетингът е едновременно бизнес дейност с видими и измерими резултати, и философия за въздействие върху потребителите.

От степента на решаване на това задание зависи вашата финална оценка по учебната дисциплина “Принципи на маркетинга”.

Успех!

Задание №2:

Позиционирайте четири модела инвенторни климатици, произведени от различни фирми, като за целта използвате модела на идеалната точка. Известни са следните данни за качествените характеристики на климатиците:

Продукти	LG A12VK.NSB/ S12AK.UL2	PANASONIC CS/CU-E12PKE	DAEWOO DSB- F1875LH-V	SAMSUNG AR- 12FSSYAWT	Идеална представа на потребителите „И”
Консумирана мощност при охлаждане (kW)	0,88	0,85	1,40	0,95	0,75
Консумирана мощност при отопление (kW)	0,96	0,925	2,10	0,99	0,92

А) Кой от продуктите има най-голяма вероятност за покупка?

Б) Какви стратегии могат да се приложат при позициониране на този продукт на пазара?

Отговор на задание №2:

Задание №3:

За пазара на кабелна телевизия в района на гр. София са известни следните данни за първото полугодие на текущата година:

Оператори-конкуренти	Blizoo	Bulsatcom	TV Net	Cores Net	Други
Брой потребители	12590	14520	8340	7560	18250

Определете:

А) Пазарния обем:

Б) Пласментния обем на Cores Net:

В) Пазарните дялове на конкурентите:

Г) Относителния пазарен дял на TV Net спрямо всеки от конкурентите:

Д) Относителния пазарен дял на TV Net спрямо усреднените конкуренти (без лидера):

Е) Относителния пазарен дял на Bulsatcom спрямо лидера:

Задание №4:

Направете стратегически анализ на пазарните позиции на фирма „Изида” чрез матрицата на „Дженерал Електрик”, при наличие на следните данни:

Система от показатели за оценка на атрактивността на пазара				
Критерии за оценка	Относително тегло на показателите	Оценка по показателите (макс. 5 пункта)	Претеглена оценка	Максимална оценка
Пазарен ръст	2,5	3
Темп на нарастване на пазара	2	5
Разходи за навлизане на пазара	0,5	2
„Напрегнатост” на конкуренцията	2	1
Наличие на бариери на входа	1,5	3
Стабилност на търсенето	1,5	4
Оценка:	10	-

А) Направете анализ на атрактивността на пазара, като преди това изчислите претеглените оценки и максималните оценки в таблицата:

Б) Направете анализ на конкурентните предимства на фирмата, като използвате следната таблица:

Система от показатели за оценка на конкурентните предимства				
Критерии за оценка	Относително тегло на показателите	Оценка по показателите (макс. 5 пункта)	Претеглена оценка	Максимална оценка
Пазарен дял	1,5	2
Пласментен потенциал	2	4
Гъвкавост на ценообразуването	1,5	3
Съвременни мениджърски подходи	2	5
Мащаб на производството	1,5	2
Развита дистрибуторска мрежа	1,5	4
Оценка:	10	-

- от гледна точка на банката:

- от гледна точка на клиентите:

Задание №6:

На българския пазар на дизелово гориво конкуренцията е установена между няколко вериги от бензиностанции, при следните данни:

Бензиностанции	Пазарен дял (%)	Цена за м. май (лв.)	Цена за м. юни (лв.)
Лукойл	25	2,55	?
OMV	25	2,60	2,62
Петрол	18	2,75	2,70
Еко	9	2,70	2,58
Шел	23	2,55	2,69

Определете необходимата цена на дизеловото гориво, предлагано от „Лукойл“ за м. юни по метода на паритетното ценообразуване.
