



# **КАЗУС**

**ПО**

**УПРАВЛЕНИЕ НА МАРКЕТИНГА**

**Изготвил:**

**Проверил:**

*София, 2018*

## **1. Роля на маркетинговото планиране.**

Тъй като Pace Sterling има образа на компания, която поддържа равнопоставеност между половете, то казусът е насочен към проблем решаване на проблем с дискриминацията, който може да се отрази на репутацията на организацията. В компанията жените заемат престижни позиции в маркетинговия отдел и отдела на за управление на човешките ресурси. Спорът възниква, поради факта, че WRO разглежда Pace Sterling като дискриминационна организацията. За това свидетелства спонсорството на голф клуб "Доувър", който не допуска жени като членове.

Главната цел на WRO е да промени това обстоятелство. По тази причина във връзка с турнира WRO оказва сериозен натиск друг върху Довър Хил с оглед уронване на престижа на шампионата, което да засегне Pace Sterling.

Дискусията за или против Pace Sterling да подкрепи WRO ще доведе до продължаване или прекратяване на спонсорството. Може да се използва SWOT за анализ на създавалата се ситуация. Ролята на маркетинговото планиране е в резултат на дейностите да се увеличи стойността на бранда. С други думи, маркетинговото планиране следва да е ориентирано към изграждане или подкрепяне на корпоративната репутация на Pace Sterling.

Това обикновено маркетинговото планиране може да направи чрез оформяне на информираността на обществеността, обществената оценка и възприятието на клиентите. Решенията на компанията трябва да бъде взето като се вземат предвид неговите правни и етични аспекти. Също така маркетинговото планиране може да се окаже въздействие върху финансовото състояние на компанията. Турнирът е важен, защото привлича сегмент от клиенти на компанията. Това са хора от средната и висшата класа, които играят или се интересуват от голф.

Турнира създава на компанията имидж на могъщество, привилегия и висока класа. Ако се продължи спонсорството, Pace Sterling ще се представи пред външните публики по един прозрачен начин и ще реализира ползите от масовата реклама и мрежовия маркетинг.

Маркетинговото планиране на компанията трябва да бъде стабилно.

Нейните мисия и цели се основават на маркетинговата ѝ стратегия и на тази основава трябва да се разработи маркетинговия микс. Затова и Pace Sterling, може да използва спонсорирането на събитието като подходяща и изгодна рекламна кампания и компаниите трябва да намерят най-добрия начин за решаване на проблема с WRO.