

МАРКЕТИНГ

Контрольная работа

Давайте сейчас вспомним ситуацию, к которой мы обращались несколько раз по ходу курса.

Представим, что в вашем населенном пункте есть десять продуктовых магазинов. И теперь вы собираетесь вступить с ними в конкурентную борьбу и открыть одиннадцатый.

Для этого вам нужна дифференцирующая идея. Чтобы затеять свой проект и всерьез рассчитывать на успех, вы должны уже сейчас ответить на вопрос: «*Почему люди будут покупать продукты питания у вас, а не в тех десяти магазинах?*» Почему на этой территории недостаточно действующих магазинов? Что такого особенного будет у вас?

Другими словами, вы должны найти свободную позицию в сознании своих потенциальных покупателей, завоевать ее и удерживать как можно дольше.

Завоевать и удерживать – это практические задачи. Научиться их решать можно только «на передовой». Поэтому нас сейчас больше интересует первая задача – «найти позицию». Она более доступна в рамках теоретического обучения.

Методические указания

Так вот, вы должны составить инструкцию о том, как решить эту задачу. Другими словами, ***вам следует разработать документ с названием «Инструкция по дифференцированию».***

Как должна выглядеть эта инструкция? Это вы должны решить сами. И здесь мы вам предоставляем свободу творчества.

Возможно, это будет сплошной текст. Возможно, текст с какими-то схемами. Возможно, что-то еще.

Главное условие – ваша инструкция должна быть практически ценной. Она должна быть способна реально помочь

любому маркетологу провести дифференцирование и найти свободную позицию для своего продукта.

При выполнении задания следуйте ряду технических требований:

- объем инструкции – 2-3 страницы, т.е. не менее двух и не более трех,
- шрифт – Times New Roman, размер – 12,
- интервал – одинарный,
- поля страницы – по 2 см с каждой стороны,
- ориентация страницы – на ваше усмотрение.

При составлении инструкции мы разрешаем пользоваться материалами курса. Можете брать для своей работы фрагменты текста, различные идеи. Главное здесь – это не оригинальность и соблюдение авторских прав. От вас требуется обработать материал и уместить его в четкий и практически ценный алгоритм. Так, чтобы его можно было использовать в реальной работе.

Свою инструкцию вы должны выслать на проверку в Институт.

Отправлять работу на проверку в РФЭИ следует так же, как вы это делали ранее на нулевом курсе.

Файл с выполненной работой назовите так: **«Маркетинг_Контрольная работа»**.

Система оценки

Выполнение контрольной работы оценивается по системе **«зачет / незачет»**.

Чтобы получить «зачет», вы должны выполнить задание в соответствии с указанными требованиями.

Желаем вам успеха!