

Вузовская студенческая олимпиада по дисциплине «Маркетинг»



«Современная роль маркетинговой деятельности в управлении хозяйствующих субъектов Российской Федерации»

Российская Федерация, ДНР, г. Донецк, 27 февраля 2025 г.

УВАЖАЕМЫЕ УЧАСТНИКИ I ЭТАПА ВУЗОВСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ ОЛИМПИАДЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ»!

Вузовская олимпиада по дисциплине «Маркетинг» состоит из двух туров:

I тур – эссе.

II тур – практическое исследование для предприятия Донецкой Народной Республики.

В I-м туре Вам необходимо написать эссе на одну из предложенных тематик. Выполненные работы необходимо прислать на почту кафедры (polakova_e_i@mail.ru) до **06.03.2025 г. до 15.00 мск.**

Объем эссе – 2 печатных листа. Шрифт: размер (кегель) – 14, тип – Times New Roman, интервал – одинарный.

ТЕМА ЭССЕ «Новые подходы к дизайну производимой продукции, методы презентации товара и стратегия роста компаний»

Цитата: *«Дизайн привлекает внимание, и за счёт этого строится знание о продукте. Многие бренды узнаваемы именно благодаря упаковке»*

Владимир Буриштейн, управляющий партнёр агентства стратегического маркетинга iBuro.

ТЕМА ЭССЕ: «Использование искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности для работы с большим объёмом данных и увеличивать скорость обработки задач»

Цитата: *«Цифровая трансформация – это о том, как при помощи новых технологий мы все будем делать свой бизнес завтра» П.Вайл.*

ТЕМА ЭССЕ: «Оmnиканальность (синхронизация) офлайн- и онлайн-каналов на одной платформе для формирования удобного сервиса для клиента (KPI - компания повышает продажи и оптимизирует свои процессы)»

Цитата: *«Нужно говорить с пользователем на его языке, понимая принципы восприятия контента, использовать правильные триггеры, чтобы быть уверенным: информация дошла до адресата, она понятна ему, и пользователь на неё среагировал».*

Дмитрий Кранц, маркетолог, эксперт по поведенческой психологии потребителей.

ТЕМА ЭССЕ: «Партнёрский маркетинг. Сотрудничество с другими брендами, которые дополняют продукт. Расширение охват аудитории и формирование дополнительной ценности для клиентов»

Цитата: *«Стремиться стать самым крупным брендом — бессмысленно. Гораздо важнее стать самым уважаемым брендом» (Ричард Брэнсон).*

ТЕМА ЭССЕ: «Виртуальная реальность для удалённой демонстрации брендов и тестирования продуктов в режиме реального времени»

Цитата: *««Хороший маркетинг заставляет компанию выглядеть умной. Отличный маркетинг заставляет клиента чувствовать себя умным» — Джо Чернов.*

ТЕМА ЭССЕ: «Экологичный маркетинг - повышение прозрачности экологических инициатив брендов, включая переход на экологичную упаковку и усиление социальной ответственности»

Цитата *«Грандиозные вещи делаются грандиозными средствами. Одна природа делает великое даром» - А.И. Герцен.*

Вузовская студенческая олимпиада по дисциплине «Маркетинг»



«Современная роль маркетинговой деятельности в управлении хозяйствующих субъектов Российской Федерации»

Российская Федерация, ДНР, г. Донецк, 27 февраля 2025 г.

ЗАДАНИЕ УЧАСТНИКАМ II ЭТАПА ВУЗОВСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ ОЛИМПИАДЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ»

ТЕМА: «СОВРЕМЕННАЯ РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

27 ФЕВРАЛЯ 2025

*У бизнеса всего две функции –
маркетинг и инновации
Милан Кундера*

*Отчет по маркетинговому исследованию необходимо представить в
виде презентации – 10-15 слайдов.*

1. Для детального ознакомления с деятельностью предприятия необходимо перейти на сайт <http://donko.info/>

Составьте идентификационную карточку предприятия ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ДОНБАСС КОНДИТЕР»

2. Проанализируйте следующие составляющие сайта:

- информационное наполнение (информационная достаточность, качество материалов, адаптация материалов для www, эффективное использование различных форм и форматов представления информации, поддержка и точности представляемой информации, адекватность структурированности информации сайта, расстановка информационных акцентов);
- функциональность сайта (модули работы с информацией, представление товара и формирование заказа, обратная связь, Promotion инструментарий, персонализация и кастомизация);

- эргономичность и удобство использования сайта (эффективность навигации, адекватность интерфейсов сайта, карта сайта, правила хорошего тона, привычный вид полей и кнопок, помощь);

- дизайн - визуальное воплощение (дизайн дополняет и усиливает заложенную в сайт информацию и функционал, дизайн поддерживает и полно отражает бренд компании и ее продуктов, привлекательность дизайн-решений, адекватное использование мультимедийных средств, гибкость дизайн-решений, уникальность и запоминаемость);

- маркетинговая составляющая (адреса, поисковики и каталоги, ссылки на сайт и цитирование, средства сбора информации о посетителях сайта, посещаемость и поведенческая линия на сайте, работа с аудиторией сайта, отражение маркетинговой политики компании).

3. Определите целевую аудиторию предприятия и ее предпочтения посредством проведения анкетирования в социальной сети ВК (необходимо опросить не менее 100 человек)

4. На основании проведенного опроса выявите основных конкурентов предприятия и их долю рынка (на территории Донецкой Народной Республики и Российской Федерации).

5. Проведите анализ страницы ВК

https://vk.com/don_ko

6. Охарактеризуйте коммуникационную политику «ДОНБАСС КОНДИТЕР» в разрезе:

- рекламной деятельности;
- стимулирования продаж;
- средств связей с общественностью.

7. Разработайте печатную рекламную продукцию (баннер, листовки, календари и пр.) для продвижения новой продукции компании