ЭССЕ

Темы эссе:

1. Порядок проведения работ по анализу ассортимента выпускаемых и разработке новых видов продукции.
2. Анализ показателей фактической реализации продукции (товаров).
3. Анализ причин неудовлетворенного и отложенного спроса.
4. Анализ ассортиментной политики основных конкурентов.
5. Маркетинговое обоснование бизнес-плана.
6. Стратегия позиционирования продукции на рынке.
7. Стратегическое планирование и миссия организации.
8. Анализ организации взаимодействия предприятия с дилерами, дистрибьюторами и коммерческими агентами и разработка предложений по повышению их эффективности.
9. Разработка и реализация программ по стимулированию сбыта.
10. Анализ динамики изменения цен на продукцию основных конкурентов.
11. Анализ степени чувствительности рынка к уровню цены, выявление особых сегментов рынка и разработка ценовых порогов.
12. Разработка плана продаж и предложений по плану производства.
13. Разработка плана проведения мероприятий по директ-маркетингу.
14. Разработка плана проведения рекламных акций в сети Интернет.
15. Разработка плана проведения рекламной кампании и обоснования использования рекомендуемых средств рекламы и бюджета кампании.
16. Разработка медиаплана рекламной кампании.
17. Стратегия завоевания доли рынка или ее расширения.
18. Методы оценки эффективности позиционирования.
19. Стратегии улучшения рыночных показателей товара.
20. Стратегическое управление торговыми марками.
21. Стратегия завоевания доли рынка или ее расширения.