

**АНО ВПО «РЕГИОНАЛЬНЫЙ
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»**

ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ

по учебной дисциплине

МАРКЕТИНГ

(4 курс)



Курск

ВВЕДЕНИЕ

Уважаемые студенты!

Учебная дисциплина «Маркетинг» в соответствии с учебным планом изучается на четвертом и пятом курсах.

Итоговым контролем изученной вами учебной дисциплины «Маркетинг» на четвертом курсе является зачет.

На пятом курсе вы будете продолжать изучение этой учебной дисциплины. Итоговым контролем по ней на пятом курсе будет экзамен.

Итоговый зачет по учебной дисциплине «Маркетинг» представлен двумя практическими заданиями.

Выполнение работы оценивается по следующим критериям:

экзамен:

- 100-98% верных ответов – «отлично»;
- 97-80% верных ответов – «хорошо»;
- 79-70% верных ответов – «удовлетворительно»
- менее 70% верных ответов – «неудовлетворительно».

зачет:

- 100-70% верных ответов – «зачтено»;
- менее 70% верных ответов – «не зачтено».

Срок прохождения итогового контроля – не более **1 месяца** со дня начала работы с данным курсом.

Желаем вам успехов при прохождении тестирования!

ЗАДАНИЯ К ИТОГОВОМУ КОНТРОЛЮ

Задача «Расчет потерь от возможного снижения цен»

В результате усиления конкурентной борьбы возможно следующее снижение цен:

- на изделие А – 15%,
- на изделие В – 8%.

Себестоимость единицы продукции составляет, соответственно, 450 и 570 руб.

Рентабельность выпускаемой продукции:

- по изделию А – 15%,
- по изделию В – 22%.

Выпуск продукции:

- А – 1274 шт.,
- В – 1124 шт.

Определите общий объем потерь от возможного снижения цен.

Решение задачи

Для решения данной задачи введены следующие обозначения:

- С – себестоимость изготовления всего объема продукции;
- Сед – себестоимость изготовления единицы продукции;
- Ц – цена единицы продукции;
- Р – рентабельность выпускаемой продукции;
- О – объем выпускаемой продукции, шт.;
- В – выручка от реализации продукции;
- П – прибыль от реализации продукции.

Эти величины связаны между собой следующими соотношениями:

$$П = В - С = Ц * О - Сед * О = О * (Ц - Сед) = О * (Сед * З - Сед)$$

Воспользовавшись этой формулой, определите прибыль, которую получила фирма от производства и реализации продукции А и В в указанном объеме без учета изменения цен:

П_а =

П_в =

При учете изменения цен на указанное количество процентов наша формула примет следующий вид:

$$П = О * (Сед * Р * (1 - Кц) - Сед),$$

где Кц – коэффициент изменения цены.

Финансовый результат от производства и реализации продукции А и В после изменения цен составляет:

П_{1а}=

П_{1в}=

Таким образом, снижение цен на продукцию В приводит к снижению прибыли с _____ до _____ руб., т.е. на _____ руб.

В свою очередь, производство и реализация продукции А приносит предприятию убытки. Финансовый результат при этом снижается с _____ до _____ руб., т.е. на _____ руб.

Общая сумма потерь составляет:

_____ + _____ = _____ руб.

Задача «Оценка результатов маркетингового исследования»

В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы с 14 до 18% при емкости рынка 52 млн. шт. продукта.

Рассчитайте дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1418 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.

Решение задачи:

Первоначальный объем реализации, т. е. до изменения доли фирмы, составляет:

$$O1 = \text{емкость рынка} * \text{доля рынка} =$$

Объем реализации в результате изменения доли рынка составляет:

$$O2 = \text{емкость рынка} * \text{доля рынка} =$$

Увеличение объема реализации, от возрастания доли рынка:

_____ млн. шт.

Каждая единица продукции способна принести прибыль в сумме 1418 руб. Следовательно, дополнительный объем реализации принесет определенную прибыль, при этом необходимо учесть затраты на маркетинговые усилия, связанные с увеличением доли рынка.

Дополнительная прибыль = увеличение объема реализации * прибыль на одно изделие - затраты на маркетинговые усилия

В результате **дополнительная прибыль** составит:

$$\text{_____} * \text{_____} - \text{_____} = \text{_____} \text{ млн. руб.}$$

Все замечания и предложения отсылайте по адресу: feedback@rfei.ru