

2987



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ (МИИТ)

Кафедра «Менеджмент»

Г.В. ВЛАСЮК

МАРКЕТИНГ

Практическое занятие № 10
*РЫНОК ТОВАРОВ
ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ*

*Методические указания
к практическим занятиям*

по дисциплине
«Маркетинг»

МОСКВА–2009

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ
(МИИТ)**

Кафедра «Менеджмент»

Г.В.Власюк

**МАРКЕТИНГ
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 10
РЫНОК ТОВАРОВ
ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ**

Рекомендовано редакционно-издательским советом университета в
качестве методических указаний

для специальностей «Реклама» и «Связи с общественностью»

Москва — 2009

УДК 658
В 58

Власюк Г.В. Маркетинг. Практическое занятие № 10. Рынок товаров промышленного назначения. Методические указания для студентов специальностей «Реклама» и «Связи с общественностью». - М.: МИИТ, 2009. – 24 с.

Методические указания рассчитаны на студентов специальностей «Реклама» и «Связи с общественностью». Они дают возможность подготовки к практическим занятиям по дисциплине «Маркетинг». Методические указания содержат как теоретические материалы, скомпонованные по темам, так и материалы для подготовки к практическим занятиям.

Методические указания предназначены для обучения студентов вузов железнодорожного транспорта по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью».

©Московский государственный университет
путей сообщения (МИИТ), 2009

Предисловие

Данные методические указания составлены в соответствии с программой учебной дисциплины «Маркетинг» и предназначено для проведения практических работ по данной дисциплине. Практические работы интегрируют теоретико-методологические знания и практические навыки и умения студентов в едином процессе учебно-исследовательского характера.

Изложенный в методических указаниях материал представляет практический интерес для будущего специалиста, так как построен с ориентацией на поведение занятых со студентами в диалоговом режиме, что подход делает обучении живым, динамичным, способствует более глубокому усвоению материала.

В основе получения знаний студентами лежит применение тренингов и методики case-study, которые в последнее время считаются наиболее современными и эффективными методами обучения. Кейс представляет собой проблемную ситуацию, разработанную на основе фактического материала. Чтобы найти решение кейса нужно изучить предлагаемый теоретический материал, привлечь свой опыт и знания по другим дисциплинам.

Ситуации, предлагаемые в пособии, представляют собой описание проблем, встававших в то или иное время перед деятелями бизнеса, фирмами, органами власти.

Ориентировано на студентов обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью».

По мере накопления теоретического материала семинары усложняются, поэтому рекомендуется переходить к следующему занятию после усвоения материала предыдущего.

Методические указания включают теоретическую часть и описание управленческой ситуации, а также практические задания и методики их выполнения. Студентам следует обратить внимание на предлагаемые вопросы для обсуждения, которые будут рассматриваться в ходе семинарского занятия.

Практическое занятие № 10. РЫНОК ТОВАРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Три разновидности рынка предприятий:

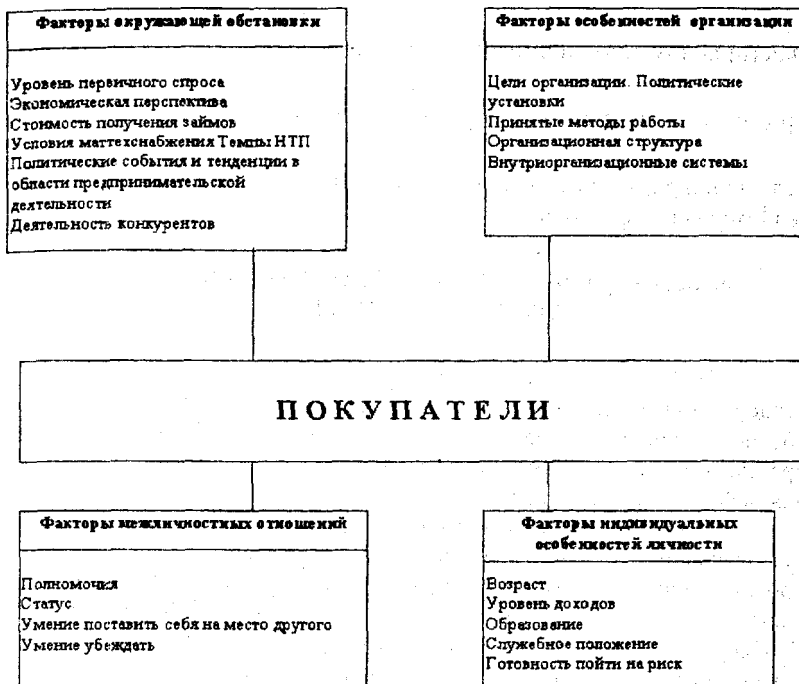
- рынок товаров промышленного назначения - совокупность лиц и организаций, закупающих товары и услуги, которые используются при производстве других товаров или услуг, продаваемых, сдаваемых в аренду или поставляемых другим потребителям.
- рынок промежуточных продавцов - совокупность лиц и организаций, приобретающих товары для перепродажи или сдачи их в аренду другим потребителям с выгодой для себя. Включает:
 - ✓ фирмы оптовой торговли,
 - ✓ фирм розничной торговли.
- рынок государственных учреждений - организации федерального правительства, региональные и местные органы, закупающие или арендующие товары, необходимые им для выполнения своих основных функций по отпращиванию власти

Особенности рынка товаров промышленного назначения

- на нем меньше покупателей.
- немногочисленные покупатели крупнее.
- покупатели сконцентрированы географически.
- спрос на товары промышленного назначения определяется спросом на товары широкого потребления.
- спрос на товары промышленного назначения неэластичен.
- спрос на товары промышленного назначения резко меняется.

- покупатели товаров промышленного назначения — профессионалы

Основные факторы, влияющие на поведение покупателей товаров промышленного назначения



Основные виды ситуаций совершения закупок:

- закупка для решения новых задач

- повторная закупка без изменений, для совершения которой требуется довольно стандартное обыденное решение.
- повторная закупка с изменениями, решение о которой требует определенной предварительной проработки (Промежуточное положение)

Факторы доминирующие при покупке

При значительном сходстве предложений - факторы личного порядка.

Если конкурирующие товары значительно отличаются друг от друга - экономические факторы.

Бизнес-ситуация. РЫНОК СПЕЦАВТОТЕХНИКИ ДЛЯ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Нефтегазовый комплекс — наиболее успешно развивающаяся отрасль промышленности, приносящая стране немалую прибыль и обеспечивающая работой множество машиностроительных предприятий, ряд из которых выпускает уникальную спецавтотехнику для нефте- и газопромыслов.

По мнению специалистов, потребность в такой технике велика. Магистральные нефтепроводы имеют очень большую общую протяженность (сотни тысяч километров), при этом значительная их часть была построена более 30 лет тому назад и сильно изношена. Чтобы исключить огромный экологический и материальный ущерб в случае аварии, на магистральных нефтепроводах ведется постоянная диагностика технического состояния и планово-предупредительный ремонт с вырезкой и заменой дефектных участков трубопровода.

В России насчитывается около сорока изготовителей такой техники. Подобные заводы есть в ближнем зарубежье.

Вопрос для обсуждения: Каков уровень конкуренции в этой сфере?

Передвижные насосные установки

Широкое применение в нефтегазовой области приобретает такая группа оборудования, как передвижные насосные установки. Под этим названием объединяется самая разная техника — для нагнетания различных жидких сред при цементировании, освоении и капитальном ремонте скважин, для проведения других промывочно-продавочных работ.

Перспективно создание мобильной насосной установки, совмещающей функции нескольких агрегатов, используемых при ремонте скважин.

Передвижное насосное оборудование производят около десяти российских предприятий. Практически все отечественные предприятия перешли на производство установок нового поколения.

Вопрос для обсуждения:

1. *Что является определяющими критериями потребителей при выборе поставщика?*
2. *По какому пути будет идти дальнейшее развитие рынка этой техники?*

Вся выпускаемая техника имеет примерно сходные характеристики и приблизительно одинаковый диапазон цен.

Для обеспечения работ в труднодоступных местах производители создают стационарные варианты, которые могут транспортироваться на внешней подвеске вертолета.

Всё чаще насосные установки по желанию потребителя оснащаются компьютеризованной системой контроля, обработки и отображения технологических параметров проводимых процессов. Кроме того, нередко сегодня требуются установки, оснащенные системой контроля параметров процесса цементирования с регистрацией результатов на мониторе.

В настоящее время повышаются требования нефтяников к нефтегазовому оборудованию в части его ремонтпригодности, обеспечения запчастями, сервисного обслуживания.

ОБЗОР РЫНКА СПЕЦОБОРУДОВАНИЯ

Буровое оборудование

Разброс цен на автоспецтехнику данной группы достаточно велик. В зависимости от характеристик конкретной модели цены составляют 1000—4500 тыс. руб.

- «Алтайгеомаш» (Барнаул) предлагает 2 установки колонкового бурения на шасси Урала.
- «Геомаш» (Курская область) четыре модели буровых установок на шасси ЗИЛ, Урал, КамАЗ, причем одна из моделей имеет привод не от двигателя, а от гидромотора.
- «Стройдормаш» (Свердловская область) предлагает бурильную машину базирующуюся на шасси автомобиля ЗИЛ.
- Самоходные буровые агрегаты Кунгурского машиностроительного завода (Пермь) устанавливаются на базе автомобилей МАЗ и Урал.
- Установка разведочного бурения завода им. В.В.Воровского выпускается в трех модификациях на шасси автомобилей ЗИЛ, Урал и КамАЗ.

Вопросы для обсуждения:

1. Каков уровень конкуренции в этой сфере?
2. Назовите основных поставщиков для такого вида оборудования?
3. Чем определяется разброс цен?

Цементировочные и продавочные насосные агрегаты

Челябинским заводом «Строммашина» освоены три модели насосных агрегатов, предназначен для нагнетания различных неагрессивных жидкостей при проведении промывочно-продавочных работ в нефтяных и газовых скважинах, которые монтируются на

шасси автомобилей Урал. Кроме того некоторые модели применяется при цементировании скважин.

Предприятие «Ижнефтемаш» предлагает унифицированные между собой агрегаты для цементировочных и продавочных работ. Базовыми служат шасси КрАЗ, Урал и КамАЗ. Завод разработал и готовит к производству высокопроизводительные насосные установки каждая из которых способна заменить две машины сегодняшнего поколения. При этом сокращаются эксплуатационные расходы и количество обслуживающего персонала. Машины будут базироваться на шасси КрАЗ.

«Первомайскиммаш» (Тамбовская область) изготавливает цементировочные агрегаты, которые до недавнего времени монтировались на автомобили КрАЗ и Урал. Сейчас завод осваивает выпуск спецтехники и на базе КамАЗ, причем перспективность данного направления подтверждается большим количеством заказов.

Фирма «Астэйс» из Набережных Челнов монтирует свои цементировочные агрегаты лишь на шасси КамАЗа.

Костромской завод «Строммашина» производит модель супертяжеловеса в своем классе. Ее устанавливают на шасси четырехосного полноприводного тягача КЗКТ.

Ценовая вилка на насосные агрегаты велика. Наиболее дешевые модели стоят чуть более 1000 тыс. руб., а самые дорогие— около 10000 тыс. руб.

Вопросы для обсуждения:

1. *Чем определяется цена модели?*
2. *Назовите основных поставщиков для такого вида оборудования?*
3. *От чего зависит приобретение тягача у того или иного завода?*

Кислотные установки

Основными поставщиками агрегатов для кислотной обработки скважин являются четыре российских предприятия. В целом модели

этих машин конструктивно похожи. Различают их, как правило, разная емкость цистерн и мощность насосов.

Разброс цен на «кислотники» небольшой и определяется в основном стоимостью шасси.

Вопрос для обсуждения:

1. *Чем определяется цена модели?*
2. *От чего зависит приобретение у того или иного завода?*

АВТОЗАВОД «УРАЛ»

Генеральный дилер автозавода "Урал", основной "продавец" производимых в Миассе грузовиков - Торговый дом "АвтоУрал". Его сотрудникам хорошо знают потребности заказчиков и не только в данный момент, но и на перспективу. Рекомендации маркетологов Торгового дома учитываются конструкторами автомобилей в первую очередь. От них зависит, как будет выглядеть завтра "Урал", какой груз сможет взять на борт и набором каких еще качеств будет обладать.

В последнее время до 60 процентов всех машин с маркой "Урал" поставляется нефтегазодобытчикам, которых привлекают проходимость миасских грузовиков, создававшихся специально для работы в экстремальных условиях.

Эти машины работают в Нижневартовске, Нефтеюганске, и дальше на север - в Когалыме, Ноябрьске, Уренгое, Надыме, вплоть до Салехарда. Но самый, насыщенный "Уралами" город, - Сургут. В конце 90-х годов была совершена настоящая товарная интервенция: "Сургутнефтегазу": было поставлено 400 единиц спецтехники на шасси "Уралов" - и в том числе цементировочно-кислотные агрегаты, и оборудование для ремонта скважин.

Полноприводные миасские автомобили по своим техническим параметрам наилучшим образом отвечают условиям эксплуатации в Казахстане. В 2008 году предприятие намерено реализовать на территории Казахстана на 10 процентов больше внедорожников, чем в прошлом.

Автозаводом учитываются пожелания нефтяников и газовиков относительно потребительских свойств "Уралов". Так, именно "Сургутнефтегаз" стал одним из инициаторов производства автомобилей "Урал-5523" с колесной формулой 8x8. Именно он приобрел больше сотни таких машин. Аналогов этой модели нет не только в России, но и за рубежом: четыре оси, причем передний и задний тандем сделаны на балансированной подвеске. Нечто подобное в 70-х годах США делали для ведения военных действий в джунглях Вьетнама.

Требования нефтедобытчиков сегодня скромны: чтобы кабина была теплой и машина не ломалась. На заводе сделано несколько типов кабин:

- Увеличено пространства за рабочим местом водителя, чтобы было где отдохнуть.
- Установлен независимый от мотора отопитель в кабине.
- Поставлен мазовский руль, более легкий и удобный.
- Найден ряд технических решений для повышения проходимости машин, большей их надежности.

На заводе ведется большая работа по увеличению присутствия автозавода "Урал" в нефтедобывающих регионах России.

- облегчено обслуживание автомобилей.
- машины, наиболее адаптированные к суровым дорожно-климатическим условиям.

Вопрос для обсуждения: Можно ли говорить о стратегии снижения издержек в политике этого завода? Почему? Докажите свою точку зрения.

ЗАДАНИЕ № 1. Сформулировать маркетинговую концепцию автозавода «Урал». Определить целесообразность открытия нового производства машин с шасси для цементировочных агрегатов.

Поставщики завода «Урал»

| Завод | Поставка |
|---|---------------------------|
| «Волжскрезинотехника» (г. Волжск), ЗАО «Хорс-Силикон» (г. С.-Петербург) и ОАО «Уральский завод РТИ» (г. Екатеринбург) | резинотехнические изделия |
| ОАО «Тамбовмаш» (г. Тамбов) | поставку фильтров |
| ОАО «ОСВАР» (г. Вязники) | электрооборудование |
| ООО «Атлант» (ст. Дрязги) | провода |
| ОАО «БзАТИ» (г. Барнаул) | паранитовые прокладки |
| ОАО «Салаватстекло» (г. Салават) | стекло и стеклопакеты |
| ОАО «ММК» (г. Магнитогорск) и ОАО «Ижсталь» (г. Ижевск) | металлопродукция. |

Новая производственная система, внедряемая на заводе, основана на принципах «бережливого производства» («lean production»), в целом, и направления «Интеграция с поставщиком», в частности. Реализация данного инструмента направлена на повышение качества поставляемой на АЗ «Урал» материалов и комплектующих.

Вопрос для обсуждения: К какому рынку принадлежит все эти компании? Почему?

ЗАДАНИЕ № 2. Сформулировать критерии отбора поставщиков заводом. Как это связано с общей маркетинговой стратегией завода?

ИЖНЕФТЕМАШ

Предприятие существует с 1956 года. В течение более 30 лет он выпускал военную технику различного назначения по заказам Министерства Обороны, а также товары народного потребления. В первые десять лет завод выпускал оборудование для строительной и химической промышленности.

В 1965 году в связи с началом освоения нефтяных месторождений Западной Сибири и необходимостью обеспечения этой отрасли нефтяным оборудованием, завод был сориентирован на выпуск нефтепромыслового оборудования. В этом же году он выпустил первую продукцию для нефтяников.

Одновременно был переименован в «Ижевский завод нефтяного машиностроения». В последующие годы завод осваивает новые, более совершенные виды нефтегазового и нефтяного оборудования: буровые насосы, автоматические буровые ключи, а затем начинается освоение и серийный выпуск генераторов сейсмических колебаний для геофизических работ. За высокие производственные показатели в 1986 году завод был награжден орденом Трудового Красного Знамени.

В 1989 году «Ижнефтемаш» был переведен в Министерство нефтяной промышленности. В 1991 году принимается решение о полном прекращении производства военной техники и переходе на выпуск нефтегазового и нефтяного оборудования. На конверсионных площадях предприятие в кратчайшие сроки осваивает производство оборудования по стандарту Американского нефтяного института, насосных цементировочных установок.

Вопрос для обсуждения: С чем это было связано?

У завода установились деловые партнерские отношения с большинством нефтедобывающих предприятий и отраслевыми научно-исследовательскими и технологическими институтами, специалисты которых помогают заводу определять номенклатуру продукции, осваивать новые виды нефтяного оборудования.

Сегодня завод производит сотни типоразмеров и исполнений оборудования для добычи и перекачки нефти, бурения, обустройства и ремонта нефтяных и газовых скважин. Более ста отечественных и зарубежных нефтяных компаний и нефтедобывающих предприятий являются потребителями его продукции. Продукция экспортируется в 38 стран мира.

За высокие показатели в работе коллектив завода нефтепромыслового оборудования "Ижнефтемаш" награжден призами «Хрустальная Ника» и «Предприятие-2000». Многими грамотами награжден Генеральный директор завода.

Вопрос для обсуждения: Охарактеризуйте репутацию завода.

Конкуренты

В последние годы наблюдается равномерное развитие рынка оборудования для цементирования скважин. На рынке насосного оборудования сейчас стабильная ситуация: устойчивый спрос, редкие колебания. Представлены в основном отечественные производители. Зарубежная продукция оказывается значительно дороже и, самое главное, не обеспечивается сервисным обслуживанием.

Основными производителями автоспецтехники для цементирования скважин в России являются:

- ОАО "Концерн "Стромнефтемаш" (Кострома);
- ОАО "Строммашина" (Челябинск);
- ОАО "Первомайскхиммаш" (п. Первомайский, Тамбовская обл.);
- ООО "Синергия-Н" (Пермь);
- ОАО "Нальчикский машиностроительный завод" (Нальчик);
- ОАО "Шадринский завод транспортного машиностроения" (ШЗТМ) (Шадринск);
- ОАО "ПО ЕлАЗ" (Елабужский завод легковых автомобилей) (Елабуга, Республика Татарстан).

Вопрос: К какому рынку принадлежит все эти компании? Почему?

Компания "Нефтесервис" закупает продукцию в Китае. Осуществляет поставки специализированной техники, бурового оборудования и трубной продукции для нефтяных компаний РФ и

стран СНГ, запасных частей к автоспецтехнике, горно-шахтного оборудования для горно-добывающей отрасли. Компания существует на рынке с 1992 года, Предприятие располагает штатом высококлассных специалистов в области поставок техники, отделом таможенных декларантов, и всеми необходимыми техническими возможностями для ведения бизнеса.

Вопрос: К какому рынку принадлежит компания «Нефтесервис»? Почему?

Анализ российского рынка цементирувочных агрегатов.

По мнению ряда экспертов, на российском рынке производителей цементирувочного оборудования безраздельно доминируют отечественные предприятия. При этом выпускаемые ими установки для цементирувания новых и действующих скважин имеют схожие технические характеристики и не сильно разнятся между собой по стоимости.

Объемы присутствия таких известных зарубежных фирм как Schlumberger и Halliburton невелики. Иностранные производители стабильно удерживают не более 2-5% российского рынка.

Задание: Назовите причины малого присутствия иностранных фирм на нашем рынке.

Анализируя емкость рынка применительно к насосно-цементирувочному оборудованию, специалисты называют разные цифры.

В РФ требуется (по оценкам производителей)

| | | |
|--------------------|------------------|--------------------|
| Ижнефтемаш | Тамбовполимермаш | Первомайскхиммаш |
| 250-280 штук в год | 230 штук в год | 110-150 штук в год |

Группа "Интегра" опубликовала результаты работы машиностроительных предприятий в 2007 году. За год более чем в два раза увеличилось количество тяжелых буровых установок, находящихся в производстве. Количество изготовленных цементировочных комплексов также увеличилось почти в два раза. На 19% возросли объемы модернизированных буровых установок.

Вопросы для обсуждения:

1. Можно ли говорить о стратегии снижения издержек в политике этого завода? Почему? Докажите свою точку зрения.
2. Как определить потребности рынка?
3. Среди кого целесообразно проведение опроса?
4. Предложите стратегию маркетинговых исследований для завода.

Маркетинговые исследования, проводимые ОАО "Ижнефтемаш"

Целью проведения маркетингового исследования являлось определение степени удовлетворенности нефтедобывающих предприятий и управлений буровых работ цементировочными агрегатами производства ОАО "Ижнефтемаш".

Для оценки рыночной привлекательности цементировочных агрегатов производства ОАО "Ижнефтемаш" были разосланы анкеты в нефтегазодобывающие предприятия и управления буровых работ, использующих данный вид оборудования.

Результаты исследования показали, что определяющими критериями при выборе предприятия-изготовителя цементировочных агрегатов для компании нефтяной отрасли являются надежность и долговечность, а также уровень цен на данный вид продукции.

ЗАДАНИЕ № 3: Сформулировать требования конкурентоспособности и рыночной привлекательности цементировочных агрегатов

Система менеджмента качества «ИНЖНЕФТЕМАШ» охватывает все стадии производства нефтепромыслового оборудования от проектирования до утилизации его у потребителя. Она сертифицирована Американским нефтяным институтом на соответствие международным требованиям. Все производимое оборудование имеет сертификаты Госстандарта России на безопасность.

Контроль и испытания продукции

- Все производимое нефтепромысловое оборудование подвергается тщательному контролю на всех этапах технологического цикла изготовления, начиная с контроля поступающих на завод материалов и полуфабрикатов.
- Измерительные и испытательные лаборатории, аккредитованные на право поверки и калибровки средств измерений, обеспечивают единство измерений на заводе, проверку материалов и деталей на соответствие НТД.
- Готовое оборудование до отправки потребителям подвергается испытаниям на специальных стендах с поверкой параметров и характеристик.

Обслуживание при эксплуатации

Отправленное потребителям нефтепромысловое оборудование находится под пристальным вниманием специальных подразделений завода, обеспечивающих гарантийное и послегарантийное обслуживание техники, сбор информации о работе нефтяного оборудования, замечаний и предложений по повышению технических и эксплуатационных характеристик.

В настоящее время повышаются требования нефтяников к нефтегазовому оборудованию в части его ремонтпригодности, обеспечения запчастями, сервисного обслуживания. Определяющим фактором часто является цена.

Основная часть рекламаций часто относится к недостаткам автомобильной базы.

ЗАДАНИЕ № 4. Сформулировать принципы работы с партнерами и конкурентами и маркетинговые задачи, стоящие перед предприятием

Потребители

Отдела сбыта ОАО «Ижнефтемаш», преобразован в Торговый Дом «Ижнефтемаш». Сегодня предприятие сотрудничает более чем со 100 нефтедобывающими предприятиями: как с крупными так и с малыми нефтяными компаниями, совместные предприятия.

Постоянными покупателями являются предприятия Казахстана и Узбекистана, Туркмении и Азербайджана, Белоруссии и Украины, создано представительство ОАО «Ижнефтемаш» в Сирии.

Реализация установок насосных цементируемых и доля рынка ОАО "ИНМ" в 2001 - 2005 гг.

| Предприятия | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|------------------|------|------|------|------|------|
| ОАО "Ижнефтемаш" | 262 | 60 | 78 | 45 | 111 |
| Доля рынка, % | 59,4 | 20,4 | 30,6 | 27,4 | 37,6 |

Фирма, по оценкам экспертов, в августе 2008 года:

- занимает порядка 40% рынка по цементируемым агрегатам,
- около 70% рынка смесительных установок,
- является единственным в стране производителем по буровым ключам.
- Выручка "Ижнефтемаша" за 2007 год составила 1,38 млрд рублей, а чистая прибыль - 51,9 млн рублей.

ЗАДАНИЕ № 5. Прокомментировать таблицу. Объяснить колебания в росте продаж.

ПЕРСПЕКТИВЫ

Интенсификация и усложнение процесса добычи нефти вкупе с разработкой передовых технологий цементирования скважин привели к формированию новых требований к характеристикам оборудования. В числе этих требований сегодня фигурируют

- усиленная мощность насосного оборудования;
- универсальность применения
- максимальная автоматизация всего комплекса.

При этом часть производимой в России техники по указанным параметрам уступает зарубежным аналогам.

По мнению специалистов, сегодня перед отечественными изготовителями насосно-цементировочного оборудования стоит задача адаптироваться к увеличению спроса на оборудование, отвечающего требованиям заказчиков, и в то же время более ремонтпригодное и доступное по цене, нежели западные аналоги.

"Стромнефтемаш" создал установку, которая смогла обеспечивать комплексное выполнение цементировочных работ. При этом компания не намерена отказываться от изготовления традиционного комплекса, который по-прежнему будет доступен заказчикам. Руководство завода уже успело заключить несколько контракта на поставку готовых комплексов.

Естественное развитие и усложнение технологий, применяющихся при создании любого оборудования, неизменно ведет к удорожанию всего процесса производства в целом. Как результат, цены на конечную продукцию также растут, а это всегда огромный риск для производителя, даже несмотря на предлагаемые взамен преимущества.

Задание № 6. Определите ваше отношение к новому комплексу: его плюсы и минусы?

В тоже время, если подобное оборудование будет действительно интересно заказчикам, вероятно, что и остальные производители наладят выпуск аналогичной продукции

ОАО "Ижнефтемаш" производит широкую гамму цементировочных установок, что выделяет предприятие среди конкурентов. Учитывая, что потребители нефтепромыслового оборудования довольно консервативны и не стремятся к закупкам новых типов установок, основной акцент завод делает на продвижении новых видов цементировочных агрегатов, более модернизированных и отвечающих современным условиям. **Преимущества насосных установок производства ОАО "Ижнефтемаш"**

1. Производится широкая гамма установок, отличающихся монтажной базой, типом насоса высокого давления, наличием и исполнением водоподающего блока, наличием дополнительных устройств и систем.
2. Возможность монтажа навесного оборудования на шасси автомобиля, на санки, на прицепе, в контейнере.
3. Освоение серии установок нового поколения с использованием трехплунжерных насосов высокого давления.

Вопросы для обсуждения:

1. *Каковы конкурентные преимущества заводов?*
2. *Какие угрозы и возможности Вы видите для предприятия во внешней среде?*
3. *Можно ли говорить о стратегии дифференциации в новой политике этих заводов? Почему? Докажите свою точку зрения*
4. *В чем отличается стратегия заводов? Докажите свою точку зрения.*
5. *С чем связано изменение бизнес-стратегии заводов?*
 6. *Как можно охарактеризовать планы заводов-изготовителей?*

ЗАДАНИЕ № 7. Определить маркетинговые задачи, которые позволят **ОАО «Ижнефтемаш»** поддержать свою конкурентоспособность на рынке труда.

Использованная литература:

1. Конъюнктура рынка нефтегазового оборудования №6(7)-/ июль 2006 г.
2. Парфенов К. Цементировочные ралли: кто на новенького? /Нефтегазовая вертикаль». 31.10.2007.
3. Издательский дом «Предприниматель» <http://www.idpr.ru>
4. Журнал «Территория Нефтегаз», №04, 2002 г.
5. <http://expert.ru/printissues/expert/2008>
6. Челябинский рабочий 24.04.08

Рекомендуемая литература:

1. Басовский Л.Е. Маркетинг. Курс лекций. – М. ИНФРА-М, 2006
2. Боронова Т.А. Современный рекламный менеджмент. М Аспект-пресс, 2003
3. Бронникова. Маркетинг. Теория, методика, практика. М, КНОРУС, 2007
4. Гольдштейн Г.Я., Катаев А.В. Маркетинг. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1999.
5. Гундарин М. Книга руководителя отдела PR. Практические рекомендации. С-П, Питер, 2007
6. Иванов Л. Книга директора по маркетингу. Практические рекомендации. С-П., Питер, 2007
7. Котлер Ф. Основы маркетинга. Перевод с английского В. Б. Боброва. М., - Изд. "Прогресс", 1991
8. Крылова Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг. Практика. Учебное пособие. М, Проспект, 2007
9. Латышева Л.С., Пантелеева Е.К. Маркетинговый анализ. М. Экономист, 2007
10. Лисиц И.В. Вигдоровчик Е.А. Маркетинговые стратегии для российских компаний. М, ГУ ВШЭ, 2006
11. Минько Э.В., Карпова Н.В.. Маркетинг. Учебное пособие. М., ЮНИТИ, 2007.
12. Набиев Р.А., Локтева Т.Ф., Вахромов Е.Н. Менеджмент. Практикум. М, Финансы и статистика, 2008
13. Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы. Учебник для бизнес-школ. М, Норма, 2008.
14. Психология в рекламе. Под редакцией Власова. Харьков Гуманитарный Центр, 2007
15. Филипс Д. PR в интернете. М, Гранд-фаир., 2004
16. Юдина Е. Креативное мышление в PR. М, РИП-холдинг, 2007

Оглавление

| | |
|---------------------------|----|
| Предисловие | 3 |
| Теоретический блок | 4 |
| Бизнес- ситуация | 6 |
| Задание № 1 | 11 |
| Задание № 2 | 12 |
| Задание № 3 | 17 |
| Задание № 4 | 18 |
| Задание № 5 | 19 |
| Задание № 6 | 19 |
| Задание № 6 | 19 |
| Задание № 7 | 20 |
| Использованная литература | 21 |
| Рекомендуемая литература | 22 |
| Оглавление | 23 |

Учебно-методическое издание

Власюк Галина Викторовна

МАРКЕТИНГ

Методические указания

для студентов специальностей
«Реклама» и «Связи с общественностью»

127994, Москва, ул. Образцова 9, стр. 9.
Типография МИИТа