

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/kontrolnaya-rabota/98150>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Маркетинг

Часть 1 Практическая. 3

Часть 2 Теоретическая. 4

Литература 18

Часть 1 Практическая.

В начале июля пивной бар «Белый Филин» располагал запасом пива, оцениваемым в 110000 руб. В течение этого месяца был закуплен дополнительный запас пива на пивзаводе по цене 564000 руб. Продажа пива (по ценам реализации) составила 752000 руб. Оставшийся в конце июля запас пива оценивался в 57600 руб.

Рассчитайте себестоимость проданной продукции и валовую прибыль пивного бара «Белый Филин» за июль.

Алгоритм решения

Необходимо проанализировать информацию

Провести структурирование информации по признакам доходов и расходов

Произвести все необходимые расчеты

Составить укрупненный расчет ОДР

Сформулировать комментарии по полученным результатам анализа

Решение

Исходные данные:

□ запас пива в начале июля - 110000 руб

□ дополнительный запас пива 564000 руб

□ запас пива в конце июля 57600 руб

□ продажа пива (по ценам реализации) составила 752000 руб

Расчет

Себестоимость пива = запас пива в начале июля + дополнительный запас пива - запас пива в конце июля

Себестоимость пива = $110000 + 564000 - 57600 = 616400$ руб

Валовая прибыль = Продажа пива по цене реализации - Себестоимость пива

Валовая прибыль = $752000 - 616400 = 135600$ руб

Ответ: валовая прибыль пивного бара «Белый Филин» в июле составила 616400 руб при этом себестоимость реализованного пива составила 616400 руб

Часть 2 Теоретическая.

Раздел 1 Введение в финансовый маркетинг

1. Какие основные конкурентные стратегии принято выделять?

Понятие конкурентной стратегии необходимо рассматривать через призму ряда экономических категорий, таких как: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентное преимущество и стратегия.

Процесс конкурентной борьбы основывается на достижении определенных целей, а именно на максимизации прибыли за счет завоевания потребителей. Однако способы и пути достижения этой общей цели разные. Одним из основных элементов, на котором основывается конкурентная борьба, является конкурентоспособность. В современной экономической литературе приводится много определений конкурентоспособности, в частности отмечается, что необходимо исследовать два ее вида - конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность продукции. Эти понятия являются взаимодополняющими и взаимозависимыми.

Согласно временным подходом является определение многограннее, поскольку разные авторы определяют

различные временные аспекты конкурентоспособности и различные факторы, которые принимаются во внимание во время формирования такой конкурентоспособности.

Исследования О.Г. Нефедова ценны тем, что дают возможность увидеть различные подходы к конкурентоспособности. В частности, И.И. Белецкая предлагает другое определение с привязкой к временному аспекту. Конкурентоспособность - это временный именитый состояние объекта - компании, отрасли, страны, снабжен способностью к лучшему использованию ключевых компетенций по сравнению с конкурентами и умением поддерживать это состояние некоторое время. Важным является и приведенное утверждение С.Ю. Химича о том, что показатели конкурентоспособности могут достаточно быстро меняться во времени, поэтому полученные оценки можно применять только для текущих операций [4, с. 212]

А.Г. Нефедов выделяет отдельные составляющие связи «конкурентоспособность-время», к которым относит [4, с. 213]:

- высококонкурентное состояние является непрочным и действует до тех пор, пока один из конкурентов не нашел (или применил) другой способ опередить конкурентов;
- предпосылкой признания предприятия конкурентоспособным является необходимость некоторое время удерживать достигнутый уровень;
- при оценке конкурентоспособности предприятия следует учитывать сезонность сбыта его продукции, а также цикличность экономических изменений;
- скорость реакции предприятия на внешние изменения существенно влияет на его конкурентное положение;
- сменяемость потребностей потребителей;
- постоянное изменение требований к самому состоянию «конкурентоспособность».

Подчеркнем, что конкурентоспособность является относительным показателем и определяется только по сравнению с показателями других предприятий или товаров-конкурентов.

При этом конкурентоспособность предприятия - это его способность в текущем периоде и в долгосрочной перспективе обеспечивать более высокую по сравнению с конкурентами эффективность производства и выгодность реализации своих товаров. Конкурентоспособность является комплексной характеристикой, и поэтому она является результатом деятельности всех подразделений предприятия по всем направлениям производства и его обслуживания [7, с. 46].

Конкурентоспособность предприятия, как говорят В. Адамик и Г. Вербицкая, является относительным понятием, которое отражает отличие процесса развития данного предприятия от конкурента как по степени удовлетворения его продукцией общественных потребностей, так и по эффективности коммерческой деятельности [8, с. 71].

Существуют различные подходы к определению самого понятия «стратегия».

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.-208 с.
2. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества компании. - М.: ОАО "Типография" НОВОСТИ "", 2010. - 256 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление: учеб. пособие / И. Ансофф. - М.: Экономика, 2016. - 358 с.
4. Ансофф И., Макдоннелл Э.Дж. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. - СПб.: Питер Ком, 2011. - 416 с.
5. Баранчев В.П. Маркетинг инноваций (радикальные и «подрывные» инновации - маркетинг): Учебник. - М.: ООО фирма «Благовест-В», 2010 г. - 232 с.
6. Борисенко З.Н. Основы конкурентной политики: Учебник. - М.: Таксон, 2014. - 704 с.
7. Всеобщее управление качеством: Учебник для вузов / А. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин. Под ред. А. П. Глудкина. - М.: Горячая линия - Телеком, 2011. - 600 с.
8. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учеб. пособие. - СПб.: Б. и., 2010. - 284 с.
9. Ковалев Г.Д. Инновационные коммуникации: учеб. пособие. / Г.Д. Ковалев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 288 с.
10. Котлер Ф. и др. Основы маркетинга. Пер. с англ. 2-е европейское издание. - М., СПб., К., Изд. дом «Вильямс», 2010. - 1152 с.
11. Лапидус В.А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях / Гос. ун-т управления Нац. фонд подготовки кадров. - М.: ОАО «Типография» Новости », 2010. - 432 с.
12. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг - М: Юрайт-М, 2011. - 224 с.
13. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: Учеб. пос. - М, Юрайт-

Издат, 2014. - 335с.

14. Масленникова Н.П. Менеджмент в инновационной сфере: учеб. пособие. / Н.П. Масленникова, А.В. Желтенков. - М.: ИД ФБК ПРЕСС, 2015. - 536 с.

15. Мур Дж. Преодоление пропасти: маркетинг и продажа ИТ-продуктов массовому потребителю / Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2016. - 368 с.

16. Огвоздин В.Ю. Управление качеством. Основы теории и практики: Учебн. пособие. - М.: Дело и сервис, 2012. - 160 с.

17. Попов Е.В. Теория маркетинга. / Е.В. Попов. - Екатеринбург: «Наука», Уральское отделение, 2013. - 586 с.

18. Проблемы управления инновационным развитием предприятия в транзитивной экономике: Монография / Под ред. д.э.н., проф. С.М. Ильяшенко. - Сумы: ИТД «Университетская книга», 2015. - 582 с.

19. Сливотски, А. Маркетинг со скоростью мысли (Инновации в модели бизнеса) / А. Сливотски, Д. Моррисон. - М.: Изд-во Эксмо, 2013. - 448 с.

20. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. - М.: Издательско-книготорговый центр "Маркетинг", 2012. - 892 с.

21. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие. - М.: Изд-во Эксмо, 2014. - 544с.

22. Фомичев С. К., Старостина А.А., Скрябина Н.И. Основы управления качеством: Учеб. пособие. - М.: Юрист, 2010. - 196 с.

23. Шаповал Н.И. Менеджмент качества: учебник. - М.: Т-во «Знание», КОО, 2013. - 475 с.

24. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: Уч. пособие. - М.: Эспада, 2014. - 520с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/98150>