

# Деловая игра

Оценка конкурентоспособности  
предприятия

---

- **Создание бизнеса**
- **Название и слоган компании**
- **История создания компании, какие товары или услуги предоставляет компания (виды деятельности)**
- **Организационно-правовая форма**
- **Цель, миссия предприятия**
- **Придумать логотип компании**
- **Распределение обязанностей (руководитель, бизнес-аналитик, креативный менеджер, менеджер по персоналу, пиар-менеджер, стратег**

## **Раздел 1. выбор предприятия**

---

- Раздел 2. Товарная и ценовая политика (виды товаров, цена, сравнительный анализ цен с конкурентами). Формирование канала сбыта.
-

- Оценка факторов макро- и микросреды
- SWOT-анализ
- Жизненный цикл компании

## **Раздел 2. Проведение ситуационного анализа**

---

В ходе исследования следует выяснить ряд следующих вопросов:

- Какие фирмы, работающие на данном рынке, являются конкурентами вашего предприятия?
- Где и как они реализуют свой товар?
- Насколько широк ассортимент производимой (реализуемой) продукции?
- Какова цена на товар конкурентов?
- Каким образом они стимулируют продажи своего товара? В каких средствах распространения информации и как часто?
- Как оценивают товары конкурентов их потребители?
- В чем слабые и сильные стороны конкурента?
- Какие вы видите возможности и способы их реализации в достижении конкурентоспособности товара и фирмы в целом?

## **Раздел 3. Исследование конкурентов**

---

Конку рент	Товар	Цена	Место и методы продажи	Средства стимулирования сбыта	Оценка конкурента покупателями
А Б В					

## **Конкуренты нашего предприятия и их характеристика**

---

Конкурент	Преимущества	Недостатки
А Б В		

**Преимущества и недостатки  
каждого конкурента**

---

Конкурент	Наши возможности	Угрозы со стороны конкурентов (при реализации возможности)
А Б В ...		

## **Возможности нашего предприятия по повышению конкурентоспособности**

---



- При исследовании потребителей необходимо ответить на следующие вопросы:
- Какие неудовлетворенные потребности, связанные с данным товаром существуют у покупателей?
- Может ли ваша фирма удовлетворить эти потребности?
- Кто в данный момент является покупателем вашего товара (клиентом фирмы)?
- К каким факторам маркетинга (цене, рекламе, имиджу, обслуживанию) покупатели наиболее чувствительны?
- Как осуществляется процесс принятия решения о покупке и кто в нем участвует?
- Сколько сегментов можно выделить на данном рынке?
- Какие из сегментов могут являться для вашей фирмы целевыми?

## **Раздел 4. Анализ потребителей**

---

## Исследование партнеров вашего предприятия

- Партнеры – это все фирмы или индивидуальные лица, которые заинтересованы в достижении фирмой ее целей.
  - К ним относятся:
    - поставщики;
    - посредники;
    - контактные аудитории (банки, страховые компании, рекламные агентства и пр.).
-

**Раздел 5. Структура  
управления  
(организационная  
структура). Кадровая  
политика. Анализ  
персонала предприятия**

---

**Раздел 6.**

**Портфельный анализ**

**Раздел 7.**

**Конкурентный**

**анализ**

---

- **Рекламная деятельность предприятия**

На основании полученных знаний о вашем целевом сегменте, характеристиках товаров конкурентов и проведенного позиционирования игровой команде необходимо создать рекламный лозунг.

---

# **Раздел 8. Выбор стратегии**

---

**Раздел 9. Разработка  
бюджета (план  
доходов и расходов).  
Прогноз продажи  
товаров**

---

# **Раздел 10. Оформление Итогового отчета**

---



## **Оценка работы участников деловой игры может быть снижена:**

- за недостаточную аргументированность предлагаемых мероприятий;
  - несвоевременное выполнение работ по каждому из этапов деловой игры;
  - некорректное поведение участников игровых команд во время проведения игры;
  - неряшливое оформление итогового отчета.
-