**Ситуация (комплекс маркетинга)**

Издательство «Компас» готовит к|до| печати учебник «Маркетинг». Руководство и менеджеры фирмы, а также ответственный за выпуск убеждены, что издание заинтересует не только студентов и преподавателей высших учебных заведений, но и не оставит безразличными практиков. Уверенности добавляет|додает| и тот факт, что коллектив авторов – профессионалы, чей авторитет среди специалистов не вызывает сомнения.

Единственное|единое|, что серьёзно беспокоит коммерческого директора и его подчинённых, – цена учебника. Опыт работы на рынке учебной литературы свидетельствует о том, что даже книжка, написанная самым талантливым автором, может «осесть» на полках книжных магазинов и на раскладках, если цена для потенциального читателя окажется высоковатой. А поскольку массовый читатель в этом случае – студент, вопрос относительно|касательно| цены становится ещё острее.

С другой стороны, высококачественная бумага, хорошая обложка играют не последнюю роль во время продажи, привлекая внимание покупателя. Однако их использование|употребление| неминуемо приводит к|до| повышению цены. С третьей стороны, библиотеки высших заведений образования отдают преимущество исключительно учебникам в жёсткой обложке, что вполне понятно, ведь книга, которой|какой| будет пользоваться не один и не два студента, будет жить значительно дольше, чем книжка в мягкой обложке.

Дополнительно к|до| вопросам о цене и обложке почти неожиданно добавился вопрос относительно|касательно| названия учебника. На первый взгляд, это странно, ведь, казалось бы, всё понятно: дисциплина, которая внесена в учебные планы, – «Маркетинг». Вместе с тем, практиков, по мнению коммерческого директора, больше интересуют издания, которые имеют практическую|практичную| направленность. И потому|и поэтому| название «Практический маркетинг|пра» кажется удачнее.

Задание:

1. Примите решение о варианте обложки (твёрдый или мягкий переплёт), качестве бумаги внутри и названии учебника (возможен свой вариант)|с|.
2. Определите и обоснуйте уровень цены. Всего предполагается 5 её уровней: низкая, ниже средней, средняя, выше средней, высокая. Учитывайте тот факт, что каждое «улучшение» (например, твёрдая обложка, высококачественная бумага внутренних страниц, продвижение, методы стимулирования сбыта и т.д.) приводят к увеличению цены каждый раз на 1 уровень.
3. Определите способы распространения учебника. Кому, как и через кого издательству стоит организовывать сбыт?
4. Предложения по продвижению учебника на рынок.