**Завдання.**

Завдання 1. Використовуючи ієрархію потреб А.Маслоу, проаналізуйте, які потреби намагаються задовольнити виробники такої продукції (*оберіть одну з них або ж запропонуйте власну*):

Наручний годинник «Rolex»;

шоколадні цукерки «Rafaello»;

пральна машина «Ariston»;

мобільний телефон Samsung Galaxy;

парфуми «Шанель №5»;

відпочинок на гірськолижному курорті «Буковель».

Зверніть увагу, що кожен із товарів може бути орієнтований одночасно на декілька рівнів піраміди.

Завдання 2. Складіть перелік маркетингових функцій, які мають виконуватись працівниками (*на вибір одна з наступних позицій*):

комерційного банку;

видавництва, що випускає навчальну літературу;

взуттєвої фабрики;

автомобільної корпорації;

туристичної фірми;

кондитерської фабрики.

Завдання 3. За результатами вивчення рекламної інформації українських підприємств знайдіть приклади орієнтації на різні концепції бізнесу.

Для відповіді необхідно використатати таблицію.

|  |  |
| --- | --- |
| Концепція управління підприємством | Рекламний текст (слоган) |
| Концепція удосконалення виробництва |  |
| Концепція удосконалення товару |  |
| Концепція інтенсифікації комерційних зусиль |  |
| Концепція маркетингу |  |
| Концепція соціально-етичного маркетингу |  |
| Концепция взаємодії |  |

Визначте, яка концепція домінує серед українських підприємств.

Завдання 4. Підготуйте ессе на тему «Історія та сучасний стан руху із захисту прав споживачів в різних країнах світу». При підготовці ессе обов’язково слід ознайомитись із Законом України «Про захист прав споживачів» та порівняти його основні положення із відповідним законодавством провідних країн світу.

Завдання 5. На основі відкритої інформації в електронних та друкованих ЗМІ визначте, які торговельні марки мають найвищу вартість в поточному році (ТОП-10 брендів в Україні та світі в цілому). Проаналізуйте, які маркетингові заходи дали можливість цим компаніям досягти успіху.