Тема 2. МАРКЕТИГОВЕ ДОСДІДЖЕННЯ

1. Розкажіть про чотири типи конкурентів, з якими повинен бути обізнаний підприємець, який планує відкрити нову піцерію по сусідству з вашим студентським містечком.

2. Віднайдіть 10 зашифрованих понять, які стосуються маркетингового середовища підприємства.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **П** | **О** | **С** | **Е** | **Б** | **У** | **Р** | **Я** | **Д** | **Б** | **У** |
| **М** | **І** | **К** | **Р** | **А** | **Н** | **К** | **И** | **О** | **В** | **Х** |
| **К** | **О** | **Р** | **Е** | **Д** | **Н** | **И** | **К** | **И** | **И** | **Г** |
| **К** | **Н** | **О** | **С** | **Е** | **Р** | **Е** | **І** | **Р** | **Й** | **А** |
| **У** | **Р** | **Е** | **Н** | **Т** | **И** | **Д** | **Я** | **Е** | **Т** | **Л** |
| **М** | **А** | **К** | **Р** | **О** | **С** | **О** | **В** | **И** | **Щ** | **Е** |
| **В** | **О** | **Д** | **Е** | **Р** | **Е** | **Б** | **Н** | **И** | **Ц** | **Т** |
| **И** | **Щ** | **Е** | **В** | **И** | **Р** | **О** | **Р** | **И** | **Н** | **В** |
| **П** | **Е** | **Р** | **С** | **О** | **Н** | **А** | **Л** | **К** | **О** | **О** |

3. Ви є керівником фірми, яка виготовляє жіночі головні убори. Ваша фірма має мережу магазинів і торгових точок з продажу своєї продукції. Виробничі можливості фірми дозволяють істотно збільшити обсяг продукції, що випускається. Перед Вами дві альтернативи розширення ринку збуту:

1) збільшити кількість фірмових магазинів і торгових точок;

2) підвищити інтенсивність роботи (обсяг обороту) існуючої торгової мережі за рахунок рекламних заходів і пропаганди.

Сформулюйте цілі маркетингових досліджень для першої і другої альтернативи, коли цілі: а) пошукові; б) описові; в) експериментальні.

4. Яку пораду ви могли б дати виробникам та продавцям іграшок щодо проведення маркетингового дослідження у періоди новорічних і різдвяних розпродажів? Які фактори є найважливіші для того, щоб дослідження мали користь?

Яку форму дослідження ви б запропонували? Хто повинен стати об’єктом дослідження?