Практичне заняття 1.

Тема 1. Цілі та сутність маркетингової товарної політики1. Визначення маркетингової товарної політики: цілі та завдання.  
2. Проблеми в управлінні маркетинговою товарною політикою.

Завдання 1.Знайдіть 5 або більше визначень «Маркетингової торгової політики», сформуйте таблицю на основі знайденого з джерелом. Вкажіть їх спільні риси та суттєві відмінності. Обгрунтуйте найбільш вдале визначення на вашу думку.

Завдання 2.Для запропонованих товарів сформулюйте перелік товарних характеристик і проранжуйте їх з точки зору значущості для споживача (в ролі споживача виступаєте ви самі):  
1) електрочайник;  
2) наручний годинник;  
3) легковий автомобіль;  
4) кашпо для квіткового горщика;  
5) настільна лампа;  
6) журнал мод;  
7) освітні послуги з англійської мови.

**Завдання 3.** З наведених джерел вторинної інформації оберіть внутрішні джерела та зовнішні: газети, бізнес-плани, бухгалтерська звітність, каталоги, рекламні буклети, звіти керівників відділів підприємства, внутрішня статистика, презентації та ярмарки, галузева статистика, досьє клієнтів, патенти, проектноконструкторська документація на товари підприємства, матеріали науково-дослідних інститутів, відомості про збут, прибутки, видатки та запаси, державна статистика, Internet.

**Завдання 4.** Який тип дослідження був би доцільним у таких ситуаціях і чому?

1. Компанія планує випуск нової торговельної марки рафінованої олії „Золота крапля”. Для дослідження ринку було випущено пробну партію і проведено рекламну кампанію в місцях продажу. Треба визначити потенціальний обсяг продажу нового товару та реакцію споживачів.

2. Книжковий магазин при університеті хоче з’ясувати думку студентів про магазин, ціни на книги та обслуговування.

3. Розміщення касових апаратів, прилавків, входів і виходів з супермаркету.

4. Компанія „Дельта-Спорт”, яка є представником торгівельної марки „Nike” в Україні хоче визначити ставлення споживачів до торгівельної марки та мотивацію покупок в торгівельній мережі.