Практичне заняття 12

**Тема: Маркетингова цінова політика**

Завдання 1.

На практиці використовують різні цінові стратегії залежно від багатьох факторів. Узагальнюючи, можна говорити про політику низьких або високих цін.

Оцініть можливі переваги та недоліки низьких або високих цін. Наведіть приклади доцільності їх застосування на практиці.

Завдання 2.

Виробники взуття, одягу, посуду та інших споживчих товарів часто стикаються з проблемою побічних продуктів виробництва – браковані товари, якість яких не відповідає вимогам роздрібних продавців і споживачів. Але і для таких бракованих товарів існує ринок.

Яку стратегію ціноутворення слід використовувати?

Завдання 3.

Хімічна формула відбілювача, який містить Cl (хлор), по суті, ідентична для всіх марок. Компанія «Джубілі» ввела преміальні націнки на цей виріб і залишається непереможним лідером на деяких ринках.

Поясніть значення імені торгової марки.

Проаналізуйте етичні проблеми, що виникають в зв’язку з використанням цієї стратегії ціноутворення.

Завдання 4.

Пральний порошок А в упаковці вагою 1кг коштує 38,20 грн., а пральний порошок В упаковкою вагою 850 грамів - 37,90 грн. Яка марка здається Вам привабливішою? Якщо якість обох порошків однакова, який з них матиме вищу споживчу цінність? Чи врахований психологічний чинник у процесі призначення цих цін?