



**Практичне
заняття
30.09.2024**

Кейс 1.

Постановка проблеми.

Клієнт: іноземна компанія, яка хоче вийти на ринок з новим для нього українським продуктом – готовими фасованими бутербродами, які продаються в супермаркетах, кіосках та автоматах.

Завдання дослідження:

- **визначити готовність ринку до сприйняття такого продукту;**
 - **визначити цільовий сегмент ринку;**
 - **оцінити місткість ринку;**
- **вивчити портрет цільової групи (стать, вік, дохід, стиль життя);**
- **вивчити цінові діапазони, прийнятні для цільової групи для таких продуктів.**

Кейс 2:

Українська ІТ-компанія виходить на ринок ЄС

Українська ІТ-компанія "ТехноУкр" спеціалізується на розробці програмного забезпечення для управління бізнес-процесами. Після успіху на внутрішньому ринку, компанія вирішила вийти на ринок Європейського Союзу. Однак вони стикаються з сильною конкуренцією з боку місцевих та міжнародних компаній, а також з різницею в бізнес-культурі та законодавстві.

Завдання:

Визначте ключові чинники, які впливатимуть на успіх "ТехноУкр" на ринку ЄС.

Запропонуйте стратегію диференціації продукту компанії для європейського ринку.

Розробіть план адаптації маркетингової комунікації до культурних особливостей цільових країн ЄС.

Кейс 3:

Міжнародний бренд одягу адаптується до українського ринку
Відомий міжнародний бренд спортивного одягу "SportGlobal" вирішив розширити свою присутність в Україні. Компанія стикається з викликами, пов'язаними з економічною ситуацією в країні, зміною споживчих переваг у бік більш доступних брендів та зростаючою популярністю екологічно відповідального споживання.

Завдання:

- **Проведіть SWOT-аналіз для "SportGlobal" на українському ринку.**
- **Запропонуйте стратегію ціноутворення, враховуючи економічну ситуацію та конкуренцію.**
- **Розробіть ідеї для локальної маркетингової кампанії, яка б відповідала тренду екологічної відповідальності.**

Кейс 4:

Український виробник органічних продуктів виходить на ринок Близького Сходу

Українська компанія "ЕкоСмак", що спеціалізується на виробництві органічних снеків та сухофруктів, вирішила вийти на ринок країн Близького Сходу. Компанія має обмежений бюджет і стикається з викликами, пов'язаними з різницею в харчових преференціях, релігійними обмеженнями та необхідністю отримання специфічних сертифікатів.

Завдання:

- Визначте ключові фактори, які слід врахувати при адаптації продукції до ринку Близького Сходу.**
- Запропонуйте стратегію виходу на ринок з урахуванням обмеженого бюджету.**
- Розробіть план дій для отримання необхідних сертифікатів та відповідності місцевим стандартам.**

Кейс 5:

Українська мережа ресторанів виходить на ринок Польщі

Успішна українська мережа ресторанів швидкого харчування "Смачно і Швидко", яка спеціалізується на традиційних українських стравах, вирішила розширити свій бізнес у Польщі. Компанія сподівається скористатися зростаючою українською діаспорою в Польщі, а також зацікавити місцевих жителів. Однак вони стикаються з сильною конкуренцією з боку місцевих та міжнародних мереж фаст-фуду, а також з відмінностями у смакових уподобаннях та культурі харчування.

Завдання:

- Проведіть аналіз ринку фаст-фуду в Польщі та визначте потенційну нішу для "Смачно і Швидко".**
- Розробіть стратегію позиціонування мережі для польського ринку, враховуючи як українську діаспору, так і місцеве населення.**
- Запропонуйте адаптації меню та маркетингової комунікації для відповідності місцевим смакам та культурним особливостям.**
- Визначте потенційні ризики та розробіть стратегії їх мінімізації.**

Кейс 5:

Міжнародна платформа онлайн-освіти входить на український ринок
Велика міжнародна платформа онлайн-освіти "EduGlobal" вирішила активно розвивати свою присутність в Україні. Платформа пропонує широкий спектр курсів від провідних університетів світу та має успішний досвід роботи на ринках Європи та США. Однак в Україні вони стикаються з низкою викликів: відносно низька платоспроможність населення, конкуренція з боку безкоштовних освітніх ресурсів, мовний бар'єр для частини потенційних користувачів та необхідність адаптації контенту до місцевих освітніх потреб.

Завдання:

- **Проведіть сегментацію потенційних користувачів платформи в Україні та визначте найперспективніші цільові групи.**
- **Розробіть стратегію ціноутворення, яка б враховувала економічні реалії України та конкурентне середовище.**
- **Запропонуйте план локалізації платформи, включаючи переклад курсів та адаптацію контенту до українських реалій.**
- **Розробіть маркетингову стратегію для просування платформи, враховуючи специфіку українського інформаційного простору та медіа-споживання.**
- **Запропонуйте потенційні партнерства з місцевими освітніми закладами або компаніями для посилення позицій на ринку.**