

Тема: Маркетингове ціноутворення. Визначення факторів впливу на ціни.

Мета: Ознайомитися з основними чинниками впливу на ціни. Отримати практичні навички маркетингового ціноутворення.

Зміст роботи.

Завдання 1.

Згідно з класичним дослідженням споживачів можна поділити на чотири категорії, або сегменти, залежно від орієнтації на ціни. Необхідно визначити до якої категорії споживачів ви відноситеся. Ваше рішення обґрунтувати прикладами.



Завдання 2.

Визначити чинники, що впливають на цінову чутливість споживачів. Бажано кожен з визначених чинників навести приклад.