**Практичне заняття 1.**

**Завдання.**

Завдання 1. Використовуючи ієрархію потреб А.Маслоу, проаналізуйте, які потреби намагаються задовольнити виробники такої продукції (оберіть одну з них):

Наручний годинник «Rolex»;

шоколадні цукерки «Rafaello»;

пральна машина «Ariston»;

мобільний телефон Samsung Galaxy;

парфуми «Шанель №5»;

відпочинок на гірськолижному курорті «Буковель».

Зверніть увагу, що кожен із товарів може бути орієнтований одночасно на декілька рівнів піраміди.

Завдання 2. Складіть перелік маркетингових функцій, які мають виконуватись працівниками (*на вибір одна з наступних позицій*):

комерційного банку;

видавництва, що випускає навчальну літературу;

взуттєвої фабрики;

автомобільної корпорації;

туристичної фірми;

кондитерської фабрики.

Завдання 3. За результатами вивчення рекламної інформації українських підприємств знайдіть приклади орієнтації на різні концепції бізнесу.

Для відповіді необхідно використатати таблицю.

|  |  |
| --- | --- |
| Концепція управління підприємством | Рекламний текст (слоган) |
| Концепція удосконалення виробництва |  |
| Концепція удосконалення товару |  |
| Концепція інтенсифікації комерційних зусиль |  |
| Концепція маркетингу |  |
| Концепція соціально-етичного маркетингу |  |
| Концепция взаємодії |  |

Визначте, яка концепція домінує серед українських підприємств.