

ПРАКТИКА 1

ЦІЛІ ТА СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ



ПРОАНАЛІЗУВАТИ ДЕФІНІЦІЇ "МАРКЕТИНГОВА
ТОВАРНА ПОЛІТИКА" 6-10 ВИЗНАЧЕНЬ.



ПРОАНАЛІЗУВАТИ ДЕФІНІЦІЇ
КАТЕГОРІЇ "ТОВАР"





Завдання 1

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 2

На схемі наведено композицію цілей і завдань товарної політики.

Необхідно вставити пропущені елементи з перерахованих нижче; будьте уважні, деякі елементи в схему не підходять!

Елементи:

1. Аналіз, планування і контроль за конкурентоспроможністю товару.
2. Контроль стану ЖЦТ.
3. Завдання товарної політики.
4. Аналіз і планування зняття товару з виробництва.
5. Управління конкурентоспроможністю товару.
6. Аналіз ефективності виробництва нових товарів.
7. Аналіз, планування і контроль виробництва товарів із заданими характеристиками, що забезпечують конкурентну перевагу.
8. Планування товарного асортименту.
9. Управління життєвим циклом товару.
10. Аналіз товарної номенклатури.
11. Планування технічного обслуговування та ремонту обладнання.
12. Аналіз стану ЖЦТ.
13. Аналіз, планування і контроль процесу виробництва нових товарів.
14. Планування ЖЦТ.
15. Аналіз товарного асортименту.
16. Управління товарним асортиментом і номенклатурою.
17. Планування товарної номенклатури.

