Практичне заняття 11

**Тема: Планування та розробка нового продукту**

Завдання 1.

*Умови*:

а) відома фірма вийшла на пробний ринок з новим товаром;

б) більшість споживачів не помічають запропонований товар;

в) цим товаром цікавляться в основному люди похилого віку;

г) конкуренти почали на Вашому ринку активну рекламну кампанію свого товару, практично такого ж, як Ваш.

Використовуючи перелічені вище умови, проведіть корекцію маркетингової діяльності на пробному ринку.

Завдання 2.

Уявіть, що ви - керівник маркетингового відділу компанії, що спеціалізується на виробництві електроніки. Ваша компанія вирішила розробити новий продукт - розумний годинник для спортсменів. Цей годинник має бути більш функціональним і зручним для активного використання під час тренувань.

Питання для обговорення:

1. Які основні кроки вам потрібно буде зробити для планування та розробки цього нового продукту?
2. Які основні аспекти ринкового дослідження ви врахуєте при плануванні цього продукту?
3. Як ви будете визначати цільову аудиторію для цього нового продукту?
4. Які основні функції та особливості ви б хотіли вбудувати в цей розумний годинник для спортсменів?
5. Якими каналами маркетингу ви будете користуватися для просування цього продукту на ринку?
6. Як ви будете визначати цінову політику для цього нового продукту?
7. Які можливі загрози або виклики ви очікуєте зустріти під час розробки та запуску цього продукту на ринок?
8. Які стратегії ви б рекомендували для залучення уваги споживачів до цього нового продукту?
9. Якими критеріями ви будете оцінювати успішність цього нового продукту на ринку?
10. Які можливі шляхи для подальшого розвитку цього продукту ви б розглянули після його запуску на ринку?

Завдання 3.

Провести аналіз ринку електронних пристроїв для дому та визначити можливості для введення на ринок нового продукту - "розумного домашнього асистента". Студенти повинні дослідити попит серед цільової аудиторії, вивчити конкурентну ситуацію, а також виявити переваги та недоліки конкуруючих пристроїв на ринку. На основі цього дослідження вони повинні розробити стратегію маркетингу, включаючи просування та рекламу, щоб ефективно ввести новий продукт на ринок.