## Завдання 1

Будівельна компанія розробила довгострокову програму створення великого житлового масиву на окраїні міста. При цьому будуть використані великі земельні угіддя найближчих фермерських господарств та приватних осіб. Проект цієї програми необхідно представити адміністрації області.

Які фактори мікросередовища фірми позитивно впливають на реалізацію цієї програми, а які негативно? Як це можна врахувати при захисті проекту програми?

## Завдання 2

Працюючи на ринку організацій-споживачів, підприємство має враховувати його особливості. Спробуйте сформулювати основні відмінності між споживчим ринком і ринком організацій-споживачів за допомогою запропонованої таблиці.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Основні відмінності | Споживчий ринок | Ринок організацій |
| 1 | Споживачі |  |  |
| 2 | Концентрація споживачів |  |  |
| 3 | Розміри ринку |  |  |
| 4 | Потреби споживачів |  |  |
| 5 | Характер попиту |  |  |
| 6 | Можливе придбання |  |  |
| 7 | Прийняття рішення про придбання |  |  |

## Завдання3

Охарактеризуйте вплив факторів маркетингового макросередовища на збут таких товарів:

* гірські лижі та сноуборди;

– хлібобулочні вироби;

* взуття;

– електронні підручники;

* міні-сільгосптехніка;

– ювелірні вироби;

* годинники.

Результати необхідно оформити у вигляді таблиці.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товар | Фактор | Параметрифактору | Можливий впливфактору |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |