

# Маркетинг

Практические задания

Задание 1: На какой концепции маркетинга основана деятельность следующих фирм?

- Фирма занимается производством экипировки и снаряжения для охоты, рыбалки и туризма. Разработку новых моделей фирма осуществляет, основываясь на требованиях рынка.

- Мебельная фабрика производит недорогую практичную мебель не лучшего качества, однако продукция фирмы широко представлена в торговой сети.

- Строительная фирма занимается реставрацией фасадов особняков в центре города. На работу нанимаются только те рабочие, которые имеют прописку в данном городе.

- Фирма производит канцелярские товары без изучения спроса на данном рынке, ориентируясь на агрессивные формы продвижения.

- Компания занимается производством теле- и видеоаппаратуры, постоянно совершенствуя свой товар. Менеджмент фирмы думает только о совершенствовании товарной политики, а не о спросе на него.

# Задание 2

- Три фирмы продвигали свой товар на рынок. Первая фирма, благодаря своему уникальному товару, оказалась монополистом. Вторая фирма действовала в условиях конкуренции, но товар, продвигаемый на рынок большой емкости, пользовался значительным спросом и беспрепятственно продавался. Третья фирма попала в условия ожесточенной конкуренции на рынке покупателя.

В какой степени нужна маркетинговая служба на этих фирмах, и какие функции маркетинг мог бы выполнять в каждой из фирм?

## Задание 3: Соединить состояние спроса с соответствующим видом маркетинга

### Состояние спроса

- Пассивный
- Отсутствующий
- Падающий
- Полноценный
- Чрезмерный
- Иррациональный
- Колеблющийся
- Потенциальный

### Вид маркетинга

- Развивающий
- Демаркетинг
- Синхромаркетинг
- Стимулирующий
- противодействующий
- Ремаркетинг
- Конверсионный
- Поддерживающий

К какому виду маркетинговой среды (1 – внутренняя микросреда, 2 – внешняя микросреда, 3 – макросреда) относятся субъекты и факторы:

- | <u>Субъекты и факторы</u>          | <u>Вид среды</u> |
|------------------------------------|------------------|
| • Производители субститутов        |                  |
| • Появление лазерной хирургии      |                  |
| • Закон о защите прав потребителей |                  |
| • Дистрибьютор                     |                  |
| • Инфляция                         |                  |
| • Международные покупатели         |                  |
| • Спонтанный спрос                 |                  |
| • Рекламное агентство              |                  |
| • Корпорационная культура          |                  |
| • Портфель заказов                 |                  |

# Задание 5

- Фирма открывает табачную фабрику. Какие факторы микро- и макросреды она должна учесть с точки зрения социально-этического маркетинга?

# Задание 6

- Фирма действует на рынке дорогостоящего, сложного в изготовлении товара, имеет постоянных потребителей своего товара, конкуренция на рынке значительная. Какую ценовую стратегию будет использовать фирма? Аргументируйте ответ. Спрогнозируйте варианты изменения стратегии при изменении конъюнктуры.