

Дата	27.02.2023г.	Группа ТЭК 2/3
Дисциплина	ОП.11. Маркетинг	
Специальность	38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров	
Тема занятия	Стимулирование сбыта и пропаганда в системе маркетинга	
Вид занятия	семинарское	
Цели занятия: <i>Обучающая:</i> <i>Развивающая:</i> <i>Воспитательная:</i>	-изучение маркетинговой среды предприятия -развитие внимания, теоретического и логического мышления, умения сравнивать и анализировать результаты работы, групповой самоорганизации, умения вести диалог. -воспитывать интерес к экономической науке, способствовать развитию умений обобщать, анализировать, выделять главное, способствовать воспитанию умения слушать товарища, работать в коллективе	

Литература

1. Барышев А.Ф. Маркетинг, М., 2012г.
2. Барышева А.Ф. маркетинг: Учебник.- М.: Издательский центр «Академия»; Мастерство, 2012 г. -208с.
3. Басовский Л.Е. «Маркетинг», 2012 г.
4. Котлер Ф. «Основы маркетинга», 2010 г.
5. Мурахтанова Н.М., Еремина Е.И. – М.: Издательский центр «Академия», 2013 г. -208 с.
6. Романов А.Н. Маркетинг, М., 2012г.
7. Удалов Ф.Е.; Герасимчук В.И. «Маркетинг в рисунках, схемах и таблицах», 2011г.

Домашнее задание.

Выполнить работу и записать в тетрадь для практических работ.

Обязательно в конце выполненных заданий писать Ф.И.О. и группу, ставить подпись и дату отправки. Сделать фото или скрин конспекта и прислать на электронную почту: lilya_polyakova_65@mail.ru

Семинарское занятие

Тема. Стимулирование сбыта и пропаганда в системе маркетинга

Задание1.

Ответьте на вопросы теста. В каждом вопросе только один правильный вариант ответа.

1. Одним из наиболее важных средств удовлетворения потребностей является:
 - А. Товар.
 - В. Обмен.
 - С. Договор.
2. Товары по назначению делятся на:
 - А. • Краткосрочного пользования (продукты питания, косметика, парфюмерия).
• Длительного пользования (мебель, бытовая техника).
 - В. • Биржевые (продовольствие, металлы).
• Потребительского спроса (товары народного потребления).
• Производственного назначения (здания, сооружения).
 - С. • Сырье.
• Полуфабрикаты.

- Комплектующие.
 - Готовые изделия.
3. По характеру потребления и степени обработки товары делятся на:
- А.
 - Сырье.
 - Полуфабрикаты.
 - Комплектующие.
 - Готовые изделия.
 - В.
 - Биржевые (продовольствие, металлы).
 - Потребительского спроса (товары народного потребления).
 - С.
 - Повседневного спроса (газеты, сигареты, продукты).
 - Выборочного спроса (автомобили, видеокамеры).
 - Премиальные (дорогие товары премиальных марок).
 - Предметы роскоши (хрусталь, ковры, ювелирные изделия).
4. По цели и предназначению товары делятся на:
- А.
 - Стандартные (серийное производство)
 - Уникальные.
 - В.
 - Товары, покупаемые часто (продукты питания, парфюмерия, моющие средства).
 - Товары импульсивной покупки (сладости, цветы).
 - Товары экстренных случаев (лекарства, зонты, пакеты).
 - Товары предварительного выбора (мебель, одежда).
 - Товары пассивного спроса (страховки, учебные принадлежности).
 - С.
 - Повседневного спроса (газеты, сигареты, продукты).
 - Выборочного спроса (автомобили, видеокамеры).
 - Премиальные (дорогие товары премиальных марок).
 - Предметы роскоши (хрусталь, ковры, ювелирные изделия).
5. По покупательским привычкам товары делятся на:
- А.
 - Товары, покупаемые часто (продукты питания, парфюмерия, моющие средства).
 - Товары импульсивной покупки (сладости, цветы).
 - Товары экстренных случаев (лекарства, зонты, пакеты).
 - Товары предварительного выбора (мебель, одежда).
 - Товары пассивного спроса (страховки, учебные принадлежности).
 - В.
 - Бытовые (питание, жилье).
 - Деловые (технические, финансовые).
 - Социальные (образование, здравоохранение).
 - С.
 - Стандартные (серийное производство)
 - Уникальные.
6. Жизненный цикл товара - это:
- А. Период времени, в течение которого товар обращается на рынке, начиная от момента выхода его на рынок и заканчивая его уходом с рынка.
 - В. Период времени продажи товара.
 - С. Период времени производства товара и его сбыта.
7. В типичном жизненном цикле товара выделяют четыре фазы - это:
- А.
 1. Этап вывода товара на рынок.
 2. Складирование.
 3. Зрелость.
 4. Упадок.
 - В.
 1. Этап вывода товара на рынок.
 2. Рост.
 3. Зрелость.
 4. Насыщение.

- С. 1. Этап выведения товара на рынок.
 2. Рост.
 3. Зрелость.
 4. Упадок.
8. Выделяют три уровня товара - это:
- А. 1. Товар по замыслу.
 2. Товар в реальном исполнении.
 3. Товар с подкреплением.
- В. 1. Недоделанный товар (незавершенное производство).
 2. Товар в реальном исполнении.
 3. Товар с подкреплением.
- С. 1. Товар по замыслу.
 2. Товар в реальном исполнении.
 3. Товар в продаже.
9. Выведение товара на рынок это:
- А. Период быстрого роста объёма продаж, если товар принят рынком и спрос на него растёт. Прибыль также возрастает по мере увеличения объёма продаж.
- В. Период, при котором объёмы продаж значительны, но дальнейшего роста продаж не наблюдается. Прибыль на данном этапе стабилизировалась, так как дополнительных затрат для вывода товара на рынок не требуется.
- С. Первое появление товара на рынке. Характерным является небольшой рост объёмов продаж и соответственно прибыль минимальна или её вообще нет.

Задание 2.

Постройте график эластичного и неэластичного спроса.

Задание 3.

Распределите в определенной последовательности следующие этапы процесса разработки товара-новинки (рис. 1).

1. Разработка замысла и его проверка.
2. Испытание в рыночных условиях.
3. Анализ возможностей производства и сбыта.
4. Разработка товара.
5. Формирование идей.
6. Разработка стратегии маркетинга.
7. Развертывание коммерческого производства.
8. Отбор идей.

?	□	?	□	?	□	?	□	?	□	?	□	?	□	?
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Рис. 1. Этапы процесса разработки товара-новинки

Преподаватель

Л.С.Полякова