

Основы маркетинга

Практическая работа РК1

Часть 1. Ответьте на вопросы:

1. Как используют ценовую политику маркетинговые фирмы? Приведите примеры.
2. Увяжите ценовую политику с видами конкуренции и приведите примеры.
3. Какие методы установления цены вы знаете?
4. Ценовые стратегии в маркетинге.

Часть 2. Тест:

Для каждого из предложенных вопросов или утверждений выберите один правильный ответ.

1. Какие действия предпочтительны при неэластичном спросе?
 - а) снижение цены;
 - б) повышение цены;
 - в) изучение цен конкурентов;
 - г) оценка издержек;
 - д) скупку поддержанных товаров.
2. Какая ценовая скидка используется для тех покупателей, которые оплачивают товар наличными или осуществляют платежи досрочно?
 - а) функциональная скидка;
 - б) количественная скидка;
 - в) временная скидка;
 - г) скидка сконто;
 - д) ссуда.
3. Спрос можно считать эластичным, если?
 - а) при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос;
 - б) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно;
 - в) при изменении цены спрос не изменяется;
 - г) спрос изменяется независимо от цены;
 - д) все ответы верны.
4. Каким образом изменится объем спроса, если известно, что коэффициент эластичности равен 1, а цена увеличится на 10%?
 - а) снизиться на 10%;
 - б) увеличится на 10%;

- в) снизиться на 1%;
- г) увеличится на 1%;
- д) не изменится.

5. Точка безубыточности- это?

- а) объем производства, при котором производитель работает без убытков;
- б) цена, при которой предприятие начинает получать прибыль;
- в) уровень затрат, необходимый для производства продукции;
- г) максимальный объем производства;
- д) первоначальный объем производства.

6. Чем отличается стратегия ценообразования, направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи?

- а) длительностью действия;
- б) величиной цены, по которой продается товар;
- в) ничем не отличается;
- г) величиной скидки;
- д) масштабами охвата.

7. Ценовая эластичность на «нормальный» товар при цене 48 тенге составляет 0,8. Если в начальный период времени объем продаж составляет 1000 ед, то насколько единиц изменится объем продаж при повышении цены на 4 тенге?

- а) увеличится на 63 ед.;
- б) уменьшится на 126 ед.;
- в) увеличится на 126 ед.;
- г) уменьшится на 63 ед.;
- д) не изменится.

8. В каких условиях формируется уровень цен?

- а) в условиях рыночной конкуренции;
- б) в условиях монополии;
- в) в условиях свободной торговли;
- г) в условиях внешней торговли;
- д) в условиях олигополии.

9. Анализ конъюнктуры конкретного товарного рынка – это...

- а) если ставится задача выяснить тенденции и темпы развития конъюнктуры за какой-то период
- б) сбора информации и анализа конъюнктуры рынка;
- в) разработки собственного прогноза конъюнктуры на ближайший планируемый период;
- г) оценки эффективности использования результатов конъюнктурного спроса;
- д) маркетинговые исследования рынка.

10. Выделите эконометрические методы определения цен:

- а) затратные методы;
- б) метод удельных показателей, метод регрессионного анализа, балловый метод, агрегатный метод;
- в) метод удельных показателей, метод регрессионного анализа, агрегатный метод;
- г) метод предельных показателей затрат, метод регрессионного анализа, балловый метод, агрегатный метод;
- д) метод удельных показателей, балловый метод, агрегатный метод, метод предельных показателей затрат.

Часть 3. Практические задания

Сформулируйте развернутый ответ по каждому упражнению:

1. Вы – менеджер по маркетингу предприятия, выпускающего на рынок новый товар (духи с меняющимся в течение времени суток ароматом). Какую ценовую стратегию вы предложите выбрать и какие факторы следует принять во внимание, устанавливая цену на товар?
2. Определите и обоснуйте выбор ценовой стратегии для: а) нового ресторана с казахской кухней; б) туристического агентства для любителей экстремального отдыха; в) шампуня для детей, склонных к аллергии; г) свадебного торта; д) туалетного мыла.

