

## Основы маркетинга

### Практическая работа РК2

#### Часть 1. Ответьте на вопросы:

1. Дать определение понятию «услуга» и рассказать о четырех ее особенностях.
2. Соотнести четыре основных характеристики, присущие услугам, с покупкой билета в кино, поездкой на отдых, ремонтом автомобиля. Какие из них ближе к товарам, а какие к услугам?
3. По каким направлениям в обществе идет появление новых видов услуг? Поясните это на примерах диверсификации услуг и стандартизации обслуживания. Какие вы знаете критерии обслуживания?
4. Какими путями можно регулировать спрос и предложение в сфере услуг? Приведите примеры.
5. Назовите цели классификации услуг и их специфику для РК?
6. Какие виды классификации услуг вы знаете? Приведите примеры.
7. Поясните, зачем и как организации занимаются самомаркетингом?
8. Зачем нужен маркетинг территорий, организаций, людей и идей? Что он собой представляет?
9. Соотнести пять составляющих комплекса маркетинга с проведением компании социального и общественного маркетинга.

#### Часть 2. Тест:

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

1. Увеличение спроса на различные виды услуг обусловлено...
  - а) устареванием технологий;
  - б) снижением уровня жизни населения;
  - в) ростом благосостояния потребителей;
  - г) снижением спроса на материальные блага;
  - д) инфляцией.
2. К особенностям рынка услуг относятся:
  - а) низкая динамичность рыночных процессов;
  - б) низкая степень дифференциации услуг;
  - в) высокая точность определения результата деятельности по оказанию услуги;
  - г) локальный характер;
  - д) низкая заинтересованность потребителей.

3. В каких отраслях услуг наблюдается активное государственное вмешательство?

- а) сфера туризма и гостиничного хозяйства;
- б) сфера образования;
- в) сфера торговли;
- г) сфера общественного питания;
- д) в сфере бизнеса.

4. Услуга – это...

- а) все, что предлагается рынком;
- б) неосязаемые действия, удовлетворяющие нужды и потребности клиентов, не приводящие к владению чем-либо;
- в) материальные блага, удовлетворяющие потребности клиентов;
- г) действия, сопутствующие продаже товаров;
- д) материальные вещи.

5. К отличительным характеристикам услуг относится:

- а) постоянство качества;
- б) материальность;
- в) неосязаемость;
- г) способность к транспортировке и хранению;
- д) осязаемость товара.

6. Банковские услуги относятся к...

- а) производственным;
- б) распределительным;
- в) общественным;
- г) профессиональным;
- д) потребительским;

7. К неосязаемым услугам, направленным на сознание человека, относятся:

- а) услуги образования;
- б) услуги ресторанов;
- в) услуги химчистки;
- г) ремонт оборудования;
- д) услуги здравоохранения.

8. К международным стандартам обслуживания можно отнести:

- а) систему работы с жалобами;
- б) скорость обслуживания клиентов;
- в) наличие в офисе информационно-рекламных материалов;
- г) ранжирование гостиницы по количеству звезд;
- д) требование к одежде и облику сотрудников.

9. Расположение участка по оказанию услуги, основанное на потребительском факторе, предполагает:

- а) калькуляцию операционных затрат;
- б) оказание услуг рядом с конкурентами;
- в) наличие хорошей транспортной сети;
- г) наличие большого числа потребителей;
- д) личные предпочтения высшего руководства.

10. Качество услуги – это...

- а) привлечение потребителей к фиксированному месту оказания услуг;
- б) совокупность свойств обуславливающих способность услуги удовлетворить потребность;
- в) неотделимость производства услуг от их потребления;
- г) совокупность свойств услуги, отличающих услугу фирмы от услуг конкурентов;
- д) уровень сервиса.

### **Часть 3. Практические задания**

*Сформулируйте развернутый ответ по каждому упражнению:*

Самостоятельная работа «Проект товара». Самостоятельная работа студента заключается в разработке и представлении проекта нового товара (или усовершенствовании существующего) и организации его продвижения на рынок.

Структура работы «Проект товара»

#### **1) Разработка товара (товарного ассортимента).**

- а) Описание товара (ассортимента), внешний вид, дизайн, основные характеристики, качество.
- б) Дополнительные свойства товара: доставка, услуги, гарантия, послепродажное обслуживание.
- в) Описание уровней товара (товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением).
- г) Разработка упаковки, назначение упаковки, функции.
- д) Разработка торговой марки: марочный знак, марочное имя, слоган.

#### **2) Товарная стратегия.**

- а) Выбор целевого рынка, позиционирование товара (если это возможно).
- б) Описание потребителей (целевого сегмента), классификация.
- в) Таблица баз сегментирования: где?, когда?, как? Будет осуществляться внедрение товара на рынок. Почему выбрана именно эта стратегия?

#### **3) Разработка программы продвижения.**

- а) Вид(ы) рекламы (продвижения), который будет использован для продвижения.

- б) Описание рекламы (продвижение)
- в) Обоснование выбранного варианта продвижения.