

*Семінар 11. Маркетингові комунікації у просуванні товарів.*

1. Поняття товару. Види товарів: споживчі, повсякденного попиту, основні, імпульсивні, екстрені, попереднього вибору, особливого попиту, пасивного попиту, короткотермінового використання, виробничого та харчового призначення, розширені товари та специфіка комунікацій при їх продажі.

2. Асортимент та товарна лінія. Глибина та ширина асортименту.

3. Заплановані та незаплановані покупки. Рівні товару.

4. Просування високотехнологічних товарів та створення нових споживчих ринків. Динаміка просування товарів.

5. Продаж ліків.

6. Просування товарів: інформування споживачів, створення образу престижності, підтримка популярності, зміна стереотипів споживача.

*Семінар 12. Маркетингові комунікації у просуванні послуг.*

1. Соціальні, та історико-економічні передумови формування та розвитку ринку послуг у ХХ столітті. Поняття послуги.

2. Індивідуальні та колективні послуги. Виробничі та невиробничі послуги. Просування фінансово-кредитних, страхових, культурних, наукових, побутових, інтелектуальних, статусних, спортивних послуг.

3. Професійні, споживчі та суспільні послуги. Комерційні та некомерційні послуги, базові та периферійні послуги.

4. Довіра споживача. Технології формування репутації постачальника послуг.

5. Структура та динаміка розвитку ринку послуг в Україні та країнах СНД.

6. Диференціація попиту. Тенденції розвитку світового ринку послуг