Завдання 1

1. Промисловий маркетинг орієнтований на підприємства-споживачі використовує дещо інші інструменти продажу, ніж споживчий ринок: прямі продажі, участь у виставках, продаж через організації та тендери.
Споживчий маркетинг орієнтований на осіб-споживачів і використовує більш широкі інструменти маркетингу: реклама, PR, ярмарки, розсилки та інше.

Відмінне: охоплення аудиторій різне у своїй природі – вузька та широка.
Спільне: можуть націлюватися на окремих суб’єктів ринку.

Щодо аналізу маркетингового середовища, то у промисловому маркетингу ньому приділяється більша увага і дослідження ведуться на протязі всієї діяльності підприємства.

Щодо розробки товарної політики, то у споживчому маркетингу ми орієнтуємося на індивідуального споживача, а у промисловому вивчаємо проблеми галузі.

Щодо розробка цінової політики, то у промисловому маркетингу вибирають методи ціноутворення, орієнтовані на собівартість або конкурентів, а у споживчому на конкурентів або ринок.

Щодо розробки політики розподілу, то у промисловому маркетингу вона є більш проста.

Щодо розробки комунікативної політики, то у промисловому маркетингу вона часто реалізується через особисті зв’язки, а у споживчому маркетгу більш традиційним способом.

1. Внутрішній маркетинг використовується в країни з увагою на її особливості.

Зовнішній маркетинг часто є універсальних для груп країн або для усіх країн. Таку стратегію часто використовують ТНК.

Спільне: залишаються загальні риси компанії і її позиціювання та частина системи маркетингу.

Відмінне: велика різниці в гнучкості підходів.

Щодо аналізу маркетингового середовища, то у внутрішньому він є детальний а у міжнародному є загальний, або здійснюється дочерніми підприємствами у межах країни. Щодо розробки товарної політики, то у міжнародному маркетингу вона може бути уніфікована або споріднена для груп держав, має відмінності в паковці відповідно до місцевого законодавства,а у внутрішньому може бути адаптована для певних регіонів. Щодо розробка цінової політики, то вона може бути одна на будь якому рівні, або бути адаптована у міжнародному маркетингу до певних країн (Европейскі виробники знижують ціну на товари в Україні), або у внітрішьому маркетингу у певних місцях.

Щодо розробки політики розподілу, то у міжнародному маркетингу найчастіше цю функцію виконують посередники, а у внутрішньому це може бути реалізовано виробником самостійно. Також маркетингові інструменти можуть відрізнітися.

Щодо розробки комунікативної політики, то у міжнародному маркетингу вона може виконуватися окремими місцевими підрозділами або бути відсутня.

1. Маркетинг послуг є відмінним тим, що послуга має такі властивості, на відміну від товару:
	1. невідчутність,
	2. невіддільність виробництва і споживання,
	3. нездатність до зберігання
	4. висока ступінь невизначеності або мінливості

Щодо аналізу маркетингового середовища, то відмінності мінімальні, а спільним є проведення маркетингових досліджень або моніторингу, з обмовкою на властивості послуг.

Щодо розробки товарної політики, то у маркетингу послуг він є спрощенний: ми все ще супроводжуємо товар до споживача, але товар невідчутний та нездатний до зберігання.

Щодо розробка цінової політики, то у маркетингу послуг відсутні методи ціноутворення за собівартістю, оскільки об’єктивно оцінити мінливий товар є неможливим.

Щодо розробки політики розподілу, то у маркетингу послуг вона відсутня, адже неможливо відділити споживача і виробника послуг.

Щодо розробки комунікативної політики, то вона у маркетингу послуг є більш розвинутою, оскільки виробник послуг та їх споживач мають контакт.

Завдання 2

Акція від Запорожсталі.

В рамках екологічної акції «Врятуємо Дніпро разом!» В Дніпро встановлено 1200 нерестових гнізд.

<https://www.zaporizhstal.com/pres-centr/novini/v-ramkah-ekologichnoi-akcii-vrjatuiemo-dnipro-razom-v-dnipro-vstanovleno-1200-nerestovih-gnizd/>

З нагоди відзначення у червні Всесвітнього дня охорони навколишнього середовища на ПАТ «Миколаївцемент» провели екологічну акцію "Подаруй дереву кільце!".

<https://varianty.lviv.ua/20641-mykolaivtsement-proviv-ekolohichnu-aktsiiu-podarui-derevu-kiltse>

День навколишнього середовища в ПАТ “Львівобленерго»

<https://www.loe.lviv.ua/ua/vup~6~5>