**Практичне заняття 2. Підходи мотивації в маркетингових комунікаціях.**

**Мета:** Проаналізувати прцес мотивації користувача. Дослідити основні етапи процесу прийняття рішення про покупку.

**Набування студентами компетенцій**: **ЗК7.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам: ПРН2.** Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

План практичного заняття:

1. Аналіз та мотивація в маркетингових комунікаціях.

3. Методи мотивування споживачів різних товарів.

4. Процес прийняття рішення про покупку.

5. Аналіз ризиків, пов’язаних з прийняттям рішення про покупку.

6. Маркетингова концепція товару

*Ситуаційне завдання1*

Кожний студент обирає самостійно картинки з Інтернету зображення 2–3 товарів, дає короткою характеристикою цих товарів.

Студенту необхідно уважно роздивитися надані товари. Та спробувати прокоментувати товари з позиції трьох рівнів.

1. Товар за задумом.

2. Товар в реальному виконанні.

3. Товар з підкріпленням.