**1.** Варианты установления скидок и надбавок к цене продажи.

**2.** Что относится к неконтролируемым факторам маркетинга:

а) выбор целевого рынка;

б) определение характеристик товара;

в) выбор ценовой политики;

г) процесс принятия решения потребителем.

**3.** Какие каналы рекламы вы будете использовать для нового продукта фирмы. Рассмотрите на конкретном примере.

**4.** За счет чего можно продлить жизненный цикл товара? Всегда ли продление жизненного цикла товара является оптимальным решением?

**5**. Решите задачу:

Рассчитайте абсолютный потенциал рынка стирального порошка для Магнитогорска используя следующие данные:

– население 500 тыс. человек;

– количество семей – 170 000;

– одна семья использует – 2 упаковки;

– средняя цена 1 упаковки порошка – 15 руб.