

Zagadnienia do uwzględnienia w prezentacji dotyczącej **charakterystyki wybranego rodzaju produktów (lub usług) - I**

1. **Charakterystyka potrzeb** zaspokajanych przy użyciu produktu, **sposoby wykorzystania, zastosowania**, przeznaczenie.
2. **Geneza produktu**, podstawowe informacje nt. **ewolucji dostępnych jego form/ ewolucji sposobów zaspokajania potrzeb za pomocą produktów danego rodzaju.**
3. **Analiza marketingowa produktu** – elementy składowe: rdzenia pr., pr. rzeczywistego, pr. oczekiwanego, pr. poszerzonego, pr. potencjalnego.
4. **Przykładowe segmenty konsumentów**, do których produkty danego rodzaju są kierowane; potencjalni nabywcy/użytkownicy produktu.
5. **Podstawowe wersje produktu dostępne na rynku** – charakterystyka wyróżniających się cech, właściwości, użytkowych, symbolicznych; **Prezentacja wybranych najbardziej istotnych kategorii rodzajowych produktu, kategorii cenowych, jakościowych.**

Zagadnienia do uwzględnienia w prezentacji dotyczącej charakterystyki wybranego rodzaju produktów (lub usług) - II

- 6. Rola marki w ofercie produktów danego rodzaju.** Najbardziej znane, typowe marki – przykłady, wraz ze zwięzłą ich charakterystyką. Skąd wywodzą się w/w marki – kraje pochodzenia, tradycja wytwarzania, konsumpcji, etc.
- 7. Proces różnicowania produktów danego rodzaju:** czym szczególnym charakteryzują się kolejne etapy opracowywania koncepcji nowych produktów, ich praktycznej realizacji, wytwarzania i komercjalizacji gotowych produktów.
- 8. Jak może wyglądać przebieg cyklu życia produktów danego rodzaju – prezentacja** charakterystycznych przykładów.
- 9. W jaki sposób następuje rotacja, zastępowanie produktów starych – nowymi.**
Jak wygląda **polityka asortymentowa** firm oferujących omawiany rodzaj produktów.
- 9. Jakie specyficzne działania marketingowe (narzędzia, instrumenty)** są wykorzystywane przy prowadzeniu sprzedaży produktów danego rodzaju (**pozycjonowanie, polityka cenowa, dystrybucja, komunikacja marketingowa**; - w przypadku usług także: dobór **personelu** świadczącego usługi; wykorzystywana **infrastruktura** (np. narzędzia) przy świadczeniu usługi; **przebieg procesu(ów) świadczenia tej usługi.**