**Задание 1. Вас пригласили участвовать в конкурсе на замещение вакантной должности управляющего службой маркетинга.**

**Ответьте на вопрос (применительно к трем предприятиям ): «Какую организационную структуру службы маркетинга вы предполагаете, Почему?»**

Предприятие 1.

Фирма производит хлебобулочные изделия, которые поставляются в несколько районов города. В последующие пять лет фирма не предполагает изменений в номенклатуре выпускаемой продукции и прогнозирует работу на сложившемся рынке. Продукция фирмы высокого качества и пользуется доверием и спросом потребителей.

Предприятие 2.

Фирма выпускает широкий ассортимент хлебобулочных изделий, а также кондитерские изделия – рулеты и шоколадно – вафельную продукцию с длительным сроком хранения. Через год предполагается запустить новую линию по производству кексов.

Предприятие 3.

Фирма производит диетическую продукцию. Рынок сбыта жестко сегментирован, основными потребителями этой продукции являются люди, страдающие сахарным диабетом.

Основная стратегия фирмы – приближение продукции к покупателю, поддержание современного уровня качества выпускаемой продукции при снижении затрат на её производство.

**Задание 2**

-Чем вызвана необходимость формирования новой парадигмы управления в начале ХХΙ века?

- Сущность интеграционных процессов, интеграционной стратегии предприятия.