

## ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ З ДИСЦИПЛІНИ ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

1. Розкрийте сутність маркетингу та його роль у ринковій економіці.
2. Охарактеризуйте концепції, на яких можуть будуватись взаємовідносини між виробниками і споживачами в умовах ринку?
3. У чому полягає зв'язок між етапами еволюції та концепціями маркетингу.
4. Розкрийте сутність принципів маркетингу. Які Ви вважаєте найважливішими.
5. Охарактеризуйте сутність «комплекс маркетингу».
6. Дайте визначення «маркетингове середовище фірми». Яка основна мета його вивчення?
7. Охарактеризуйте фактори мікросередовища функціонування фірми.
8. Чи піддаються контролю з боку фірми фактори макросередовища, в якому вона функціонує? Охарактеризуйте ці фактори.
9. Ієрархія споживчих потреб А. Маслоу та її використання у мотивації споживачів.
10. Дайте характеристику факторам, що впливають на поведінку покупця на споживчому ринку?
11. Охарактеризуйте різні види організацій споживачів.
12. Розкрийте зміст етапів процесу маркетингового дослідження?
13. Обґрунтуйте важливість маркетингової інформації в проведенні підприємницької діяльності.
14. Охарактеризуйте переваги і недоліки первинної та вторинної маркетингової інформації.
15. Які способи зв'язку з аудиторією можна використовувати в ході «польових» досліджень?
16. Охарактеризуйте три маркетингові стратегії охоплення ринку.
17. Дайте визначення «місткість ринку», «частка підприємства на ринку»? як їх визначають?
18. Що таке «кон'юнктура ринку»? охарактеризуйте основні види товарної кон'юнктури.
19. Розкрийте зміст показників «якість» і «конкурентоспроможність» товару.
20. Дайте визначення «позиціонування товару на ринку»? наведіть приклади.
21. Опишіть три рівні товару з використанням конкретного прикладу
22. Розкрийте сутність асортиментної політики підприємства.
23. Назвіть ознаки класифікації товарів широкого вжитку та товарів промислового призначення.
24. Поясніть з яких етапів складається процес розроблення нового товару?
25. Розкрийте сутність етапів життєвого циклу товару.
26. У чому полягають завдання маркетингу щодо етапів життєвого циклу товарів.
27. Поясніть значення упаковки товару та які вимоги ставляться до неї.

28. Дайте характеристику етапам з яких складається процес установа вихідної ціни на товар?
29. Охарактеризуйте найпоширеніші витратні методи ціноутворення.
30. Як еластичність попиту впливає на формування цінової політики підприємства?
31. Порівняйте методи ціноутворення, що базуються на попиті.
32. Охарактеризуйте конкурентні методи ціноутворення.
33. Охарактеризуйте можливості стратегії фірми щодо показників «ціна – якість».
34. Поясніть доцільність проведення аналізу беззбитковості підприємства.
35. Розкрийте зміст поняття «сегментація ринку»? Для чого застосовують цей маркетинговий прийом?
36. Охарактеризуйте найпоширеніші принципи сегментації споживчого ринку.
37. Охарактеризуйте найпоширеніші принципи сегментації ринку товарів промислового призначення?
38. Поясніть зміст понять «рівень каналу розподілу» та «ширина каналу розподілу»?
39. З якою метою створюють маркетингові системи і яких видів вони бувають?
40. Дайте характеристику типів посередників що формують канали розподілу.
41. Надайте порівняльний аналіз оптових посередників різних типів.
42. Охарактеризуйте основні складові системи маркетингових комунікацій підприємства (СМК).
43. На кого можуть бути спрямовані заходи стимулювання збуту? Охарактеризуйте найпоширеніші з них.
44. Охарактеризуйте «паблік рілейшнз» як складову СМК.
45. Проаналізуйте різні засоби розповсюдження рекламної інформації.
46. Які складові охоплює поняття «рекламна стратегія»? Як її розробляють?
47. Якими методами можна визначити величину бюджету на просування товарів?
48. Охарактеризуйте найпоширеніші організаційні структури служби маркетингу.
49. Як проводять аналіз господарського «портфеля» підприємства за допомогою матриці «Бостон консалтинг груп»?
50. Завдання стратегічного планування, його етапи.
51. З яких розділів складається план маркетингу?
52. Охарактеризуйте типи маркетингового контролю.