

V. ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

З ДИСЦИПЛІНИ

“МАРКЕТИНГ”

1. Визначення маркетингу.
2. Задачі маркетингу. Комплекс маркетингу.
3. Основні концепції маркетингу.
4. Типи маркетингу.
5. Аналіз мікросередовища.
6. Аналіз макросередовища.
7. Сегментація ринку та вибір цільового ринку фірми.
8. Поведінка покупця на споживчому ринку.
9. Особливості поведінки організацій-споживачів.
10. Види планування.
11. Маркетингові стратегії.
12. Методи дослідження ринку.
13. Типи інформації та їх характеристика.
14. Варіанти запитань, їх характеристика.
15. Класифікація товарів.
16. Марка, товарний знак. Переваги і недоліки використання марки.
17. Стратегії товарних марок. Їх доцільність.
18. Упаковка товарів.
19. Товарний асортимент, його глибина та ширина. Товарна номенклатура.
20. Етапи життєвого циклу товару, задачі маркетингової діяльності на кожному з них.
21. Позиціонування товарів.
22. Типи ринків та їх вплив на вибір ціни.
23. Фактори, що впливають на ціноутворення.
24. Методи ціноутворення.
25. Вибір ціни для нових товарів і товарів-імітаторів.
26. Встановлення цін зі знижками.
27. Необхідність використання посередницької мережі. Критерії вибору посередників.

28. Функції каналів розподілу.
29. Традиційні канали розподілу.
30. Типи вертикальних маркетингових систем.
31. Проблеми товароруху.
32. Класифікація роздрібних підприємств.
33. Переваги використання оптових фірм. Види оптових фірм.
34. Елементи маркетингових комунікацій та їх характеристика.
Процес дії комунікацій.
35. Види і цілі реклами.
36. Формування ідеї та вибір варіанта рекламного звернення.
37. Види носіїв реклами.
38. Методи стимулювання збуту.
39. Пропаганда та PR.
40. Особистісний продаж.