**Питання до екзамену**

**з дисципліни «Маркетинг»**

1. Підходи до визначення предмета «Маркетинг».
2. Історичні передумови виникнення маркетингу.
3. Соціальна та економічна сутність маркетингу.
4. Суб'єкти та об'єкти маркетингу.
5. Мета та функції маркетингу.
6. Принципи маркетингу.
7. Сучасні концепції маркетингу.
8. Сутність процесу управління маркетингом.
9. Маркетингове середовище.
10. Поведінка споживача як фактор управління маркетингом.
11. Засади розробки маркетингової стратегії.
12. Складові комплексу маркетингу.
13. Побудова організаційної структури відділів маркетингу.

# Сутність і функції маркетингової інформаційної системи.

1. Система збору, аналізу та обробки маркетингової інформації.
2. Проведення маркетингового дослідження.
3. Методи маркетингового дослідження.
4. Сутність сегментації ринку.
5. Принцип сегментації ринку.

#### Відбір цільових сегментів ринку.

1. Сегментація ринків виробничого призначення.
2. Позиціонування товару.
3. Сутність товарної політики.
4. Визначення товару в маркетингу.
5. Використання товарних марок і знаків.
6. Товарний асортимент, товарна номенклатура.
7. Маркування товару, упакування та сервісні послуги.
8. Процес розробки нового товару.
9. Життєвий цикл товару.
10. Ключові засади та фактори ціноутворення.
11. Принципи маркетингового ціноутворення.
12. Класифікація та види цін.
13. Встановлення цін у маркетингу.
14. Етапи встановлення цін.
15. Стратегія та тактика ціноутворення.
16. Сутність каналів розподілу.
17. Класифікація маркетингових посередників.
18. Структура та організація каналів розподілу.
19. Вертикальні та горизонтальні маркетингові системи.
20. Управління каналами розподілу.
21. Маркетингова логістика та товарорух.
22. Сутність комунікацій у маркетингу.
23. Суб'єкти та об'єкти маркетингових комунікацій.
24. Комунікаційна модель маркетингу.
25. Комплекс маркетингових комунікацій.
26. Мета, функції та види реклами.
27. Канали поширення реклами.
28. Бюджет рекламної компанії.
29. Види контролю маркетингової діяльності.
30. Види планування.

**Рекомендована література**

1. Акулич И. Л. Основы маркетинга/Акулич И.Л., Демченко Е.В [ 2-е изд., испр]. Мн.: Высшая шк., 2015. С. 223.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підруч. / С.С. Гаркавенко. [5-те вид., допов.]. К. : Лібра, 2015. 720 с.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс./Котлер Ф.: пер. с англ. М.: Издат. дом «Вильямс», 2007. С.314.

4.Колпаков В.М. Маркетинг персоналу: Навч. посіб. для студ. серед. і вищ. навч. закл. К.: МАУП, 2006. 408 с.

5. Маркетинг: підручник / [В.Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.]. ред. упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. [4-те вид.]. К.: навч.метод. центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2014. С. 606.