

ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
з маркетингу

спеціальність – 8.0501008 «Маркетинг»
освітньо-кваліфікаційний рівень – **магістр**

1. У чому полягає сутність та роль маркетингу?
2. Що являє собою потреба як одна з категорій маркетингу?
3. У чому полягає сутність концепції ієрархії потреб за А. Маслоу?
4. Які основні концепції маркетингу?
5. Що таке «попит» та «пропозиція»?
6. Які існують види маркетингу в залежності від стану попиту на ринку?
7. Що являє собою «комплекс маркетингу»?
8. Сутність та структура маркетингового середовища.
9. Що являє собою «маркетингове дослідження»?
10. У чому полягає зміст, переваги та недоліки первинних та вторинних даних у маркетингу?
11. Основні етапи проведення маркетингового дослідження.
12. Методи маркетингових досліджень.
13. Що представляє собою «сегментація ринку»?
14. Критерії сегментації споживчого ринку та ринку організацій.
15. Основні стратегії сегментації (охоплення) ринку.
16. Зміст та завдання позиціонування товару на ринку.
17. Основні стадії процесу прийняття рішення про покупку товару споживачем.
18. Що являє собою товар (продукт)?
19. Що таке «життєвий цикл товару»?
20. У чому полягає зміст основних етапів життєвого циклу товару?
21. Які існують типи товарів з точки зору маркетингу?
22. Що таке «товар-новинка»?
23. Яка основні стадії процесу створення нового товару?
24. Що таке «ціна» товару?
25. Які основні цілі ціноутворення?
26. Що являє собою «цінова еластичність попиту»?
27. Які основні етапи процесу ціноутворення?
28. Які існують маркетингові цінові стратегії?
29. Що таке «цінова дискримінація»?
30. Що таке «розподіл» товару?
31. Типи каналів розподілу.
32. У чому полягає зміст маркетингових стратегій розподілу?
33. Які існують різновиди маркетингових систем?
34. Що таке «франчайзинг»?
35. У чому полягає роль просування товару?
36. Які основні елементи відносяться до комплексу просування?
37. Що таке «канал комунікацій»?

38. Що таке «реклама»?
39. У чому полягає сутність та роль персонального продажу?
40. Що таке «PR»?
41. У чому полягає зміст та завдання стимулювання збуту?
42. Що таке «послуги»?
43. Які специфічні риси властиві послугам?

Список літератури:

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark048.htm>
2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/276-marketing-pdprimstva-balabanova-lv.html>
3. Бейкер М. Маркетинг. Енциклопедия. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.koob.ru/baker_michael/marketing_enciklopedia
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/270-marketing-garkavenko-ss.html>
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark015.htm>
6. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uchebnik-online.net/book/633-marketing-navchalnij-posibnik-pavlenko-a-f-vojchak-a-v.html>
7. Шканова О.М. Маркетинг послуг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://librarium.cc.ua/%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3_%D1%88%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA.html
8. Эриашвили Н.Д. Маркетинг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark022.htm>