

ЗАТВЕРДЖЕНО:



ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
спеціальність – 075 «Маркетинг (Маркетинг на ринку товарів та послуг)»
Освітній ступінь – бакалавр (зі скороченим терміном навчання)

1. Сутність та ключова ідея маркетингу.
2. Що являють собою основні категорії маркетингу?
3. Зміст маркетингових функцій.
4. Поняття «попит» та «пропозиція».
5. Визначення ринку та його типи з погляду маркетингу.
6. Що являє собою «комплекс маркетингу»?
7. У чому полягає сутність та структура маркетингового середовища?
8. Що являє собою «маркетингове дослідження»?
9. Зміст, переваги та недоліки первинних та вторинних даних у маркетингу.
10. Основні етапи та методи проведення маркетингового дослідження.
11. «Сегментація ринку» та критерії сегментації споживчого ринку та ринку організацій.
12. Основні стратегії сегментації (охоплення) ринку.
13. Зміст та завдання позиціонування товару на ринку.
14. Що являє собою товар (продукт)?
15. Типи товарів з точки зору маркетингу.
16. Сутність товарного асортименту.
17. Що таке ширина, глибина та насиченість товарного асортименту?
18. Що таке «життєвий цикл товару»?
19. У чому полягає зміст основних етапів життєвого циклу товару?
20. «Товар-новинка» та основні стадії процесу його створення.
21. Що таке «ціна» товару?
22. Які основні цілі ціноутворення?
23. Що являє собою «цінова еластичність попиту»?
24. Які існують маркетингові цінові стратегії?
25. «Розподіл» товару, основні функції розподілу та типи каналів розподілу.
26. Що являє собою «маркетинг-логістика»?
27. У чому полягає зміст маркетингових стратегій розподілу?
28. Роль просування товару та основні елементи комплексу просування.
29. Що таке «канал комунікацій»?
30. Що таке «реклама» та «PR»?

Список літератури:

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <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. Гаркавенко С.С. Маркетинг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/270-marketing-garkavenko-ss.html>
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark015.htm>
5. 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>
6. Эриашвили Н.Д. Маркетинг. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark022.htm>