

ЗАТВЕРДЖЕНО:



ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
Спеціальність – «**Маркетинг (Маркетинг на ринку товарів та послуг)**»
Освітній ступінь – **магістр**

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

26. Просування товару та основні елементи комплексу просування.
27. Визначення понять «канал комунікацій», «реклама» та «PR»
28. Сутність та роль персонального продажу.
29. У чому полягає зміст та завдання стимулювання збуту?
30. Що таке «послуги» та які специфічні риси властиві послугам?

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. Бейкер М. Маркетинг. Энциклопедия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: 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. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <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 доступа: 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. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark022.htm>