**МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**ТЕМИ ДЛЯ ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

|  |  |
| --- | --- |
| №з/п | **Назва теми для виконання самостійної роботи** |
| 1 | Маркетингові цілі промислового підприємства. |
| 2 | Аналіз структури промислового ринку, взаємодія його учасників в ланцюжках створення цінностей |
| 3 | Дослідження факторів, що впливають на попит промислових товарів. |
| 4 | Маркетингова характеристика певного виду товару, що пропонується промисловому рину |
| 5 | Дослідження макро- і мікрофакторів на промисловому ринку. |
| 6 | Процес макро- та мікро сегментування промислового ринку. |
| 7 | Оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства. |
| 8 | Стандартизація, сертифікація та маркування товару у забезпеченні якості та конкурентоспроможності. |
| 9 | Цінові фактори у конкурентній боротьбі на промислових ринках. |
| 10 | Відмінності збуту товарів промислового призначення. |
| 11 | Стратегії інтегрованих маркетингових комунікацій. |
| 12 | Структура маркетингових служб. |

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

***Базова***

1. Оснач О.Ф., Пилипчук В.П., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг. Навчальний посібник. - 2-ге вид. - К.: Центр учбової літератури, 2011. – 364 с.
2. Бойчук І.В. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А.Я. Дмитрів. – К: «Центр учбової літератури», 2014. – 360 с.
3. Уэбстер Ф. Основы промышленного маркетинга. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2005. – 416 с.

***Допоміжна***

1. Балабанова Л.В., Митрохіна Ю.П. Управління збутовою політикою. Навч. посіб.– К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
2. Войчак А. В.Маркетингові дослідження: підручник / А. В. Войчак, А. В. Федорченко; за наук. ред. А. В. Войчака. — К.: КНЕУ, 2007. — 408 с.
3. Дойль П., Штерн Ф. Маркетинг менеджмент и стратеги / П. Дойль, Ф. Штерн.; пер. с англ. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 544 с.
4. Зозулев А.В. Маркетинговые исследования : теория, методология, статистика: учеб. пособие / А.В. Зозулев, С.А. Солнцев. — К. : Знання, 2008. – 643 с.
5. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Пер. с французского. - СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
6. Маркетинговые показатели / П. Фэррис, Н.Бендл, С. Пфайфер [та ін.]; пер. с англ. – Дніпропетровськ: ―Баланс Бізнес Букс‖ – 2009. – 496 с.
7. Крикавський Є.В., Чухрай Н. Промисловий маркетинг: підручник. 2-ге вид. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2004. – 427 с.
8. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг Навч. посібник. — Вид. 2-ге, без змін. К.: КНЕУ 2006.—152 с.
9. Минетт Стив. Промышленный маркетинг: принципиально новый подход к решению маркетинговых задач DJVU. – М.: Вильямс, 2003. – 208 с. с илл.
10. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика: підручник / за ред. А.О. Старостіної. – К. : Знання, 2005. – 764 с.
11. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг. Підруч. [для студ. вищ. навч. закл. ]/ О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 364 с.
12. Павленко А. Ф., Войчак А. В., Примак Т. О. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, Т. О. Приймак. — К.: КНЕУ, 2005. — 408 с.
13. Павленко А. Ф., Лылык И. В., Палехова Л. Л. Формирование концепции устойчивого маркетинга // Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография. 2-изд, пер. и доп. – Днепропетровск-Коттбус: НГУ-БТУ, 2016. – С. 293-307.
14. Палехова Л. Л. Проблема интеграции в глобальные цепочки создания стоимости // Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография. 2-изд, пер. и доп. – Днепропетровск-Коттбус: НГУ-БТУ, 2016. – Днепропетровск-Коттбус: НГУ-БТУ, 2016. – С. 308-319.
15. Палехова Л. Л., Шмидт М., Палехов Д. Добровольная экологическая сертификация как метод продвижения на рынке // Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография. 2-изд, пер. и доп. – Днепропетровск-Коттбус: НГУ-БТУ, 2016. – Днепропетровск-Коттбус: НГУ-БТУ, 2016. – С. 348-363.
16. Святненко В.Ю. Промисловий маркетинг. Навч. посіб. - К.: МАУП, 2001 - 264 с.
17. Ястремська О.М. та ін. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання / Ястремська О М., Тімонін О.М., Тімонін К.О. Монографія. — Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. — 244 с.
18. Палехова Л. Л., Палехов Д. А. Отчетность по вопросам устойчивого развития // Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография. 2-изд, пер. и доп. – Днепропетровск-Коттбус: НГУ-БТУ, 2016. – С. 62-77. ISBN 978-966-921-006-7.

***Нормативна***

* 1. Закон України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності "Каталог підприємств України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.com.ua/ukr/>.
	2. Перелік промислових підприємств міст Дніпропетровська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bc.dniprorada.gov.ua/uk/pidpriemstva-ta-ustanovi-mista/promislovi-pidpriemstva>.
	3. Стратегічне планування та реформування економіки. Прес-служба Мінекономрозвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=ukUA&tag=StrategichnePlanuvannia>.
	4.