

**Екзаменаційні питання
з дисципліни «Етика маркетингу»**

1. Сфери використання етики маркетингу
2. Сутність прикладної етики
3. Структура прикладної етики
4. Соціально шкідлива реклама
5. Проблеми етики упаковки, що вводять в оману споживача
6. Проблеми етики у маркетингових дослідженнях
7. Проблеми етики у каналах розподілу, що впливають на споживача
8. Проблеми етики у каналах розподілу, що впливають на посередника
9. Проблеми етики соціально спірних, або «шкідливих» товарів
10. Проблеми етики при виборі ринку (проблеми включення)
11. Проблеми етики при виборі ринку (проблеми виключення)
12. Проблеми етики маркетингових досліджень, що стосуються респондентів
13. Проблеми етики маркетингових досліджень, що стосуються клієнтів – замовників
14. Проблеми етики маркетингових досліджень, що стосуються дослідників
15. Проблеми етики використання товару, що знято з виробництва
16. Проблеми етики взаємовідносин між продавцем і конкурентом
17. Проблеми етики взаємовідносин між продавцем і клієнтом
18. Неетичні методи встановлення ціни
19. Методи ціноутворення, що вводять в оману
20. Методи реклами, що вводять в оману
21. Етичні проблеми безпеки товару
22. Етика маркетингу: поняття та сутність
23. Етика випуску товарів, що негативно впливають на зовнішнє середовище
24. Етика бізнесу: поняття та сутність
25. Основні Директиви і Керівництва ESOMAR.
26. Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень
27. Основні положення Директиви ESOMAR з проведення опитувань дітей та молоді
28. Основні положення Директиви ESOMAR щодо проведення опитувань громадської думки
29. Основні положення Директиви ESOMAR щодо дотримання розмежувань між маркетинговим дослідженням і прямим маркетингом
30. Основні положення Директиви ESOMAR «Таємні покупки»