**Питання для підготовки до іспиту:**

1. Поняття і основні елементи міжнародного маркетингу, його роль в світовій економіці.

2. Товарна, виробнича, збутова концепція управління. В чому їх принципова відмінність від маркетингової концепції? Яка суть соціально-етичного маркетингу? Які з цих концепцій характерні для міжнародного маркетингу?

3. В чому полягають основні принципи і функції міжнародного маркетингу?

4. Що таке «світовий ринок» і які його основні характеристики? Задачі міжнародного маркетингу, відповідні різним станам попиту на ринку.

5. Як можна обґрунтувати доцільність виходу фірми на зовнішній ринок?

6. Основні етапи інтернаціоналізації фірми на зовнішньому ринку.

7. Основні способи виходу фірми на зовнішній ринок і стратегії міжнародного маркетингу.

8. Правове, політичне і економічне середовище міжнародного маркетингу

9. Соціокультурне середовище міжнародного маркетингу

10.Інформаційно-технологічне середовище міжнародного маркетингу

11.Сутність і основні поняття міжнародної конкуренції

і конкурентоспроможності.

12.Як досліджувати конкуренцію на міжнародному ринку?

13.Методичні підходи до аналізу конкурентоспроможності економічних об’єктів різного рівня (окремих галузей, підприємств, товарів).

14. Державне стимулювання підвищення конкурентоспроможності учасників зовнішньоекономічної діяльності

15.Основні напрямки підвищення міжнародної конкурентоспроможності економіки України.

16. Формування системи показників по визначенню конкурентоспроможності підприємств (фірм)

17.Стратегічні цілі і засобі підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств (фірм)

18.Параметрі і основні етапі оцінки конкурентоспроможності товару

19.Методологія оцінки і основні методи підвищення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку.

20.Основні системи маркетингової інформації. Перерахуйте етапи проведення міжнародного маркетингового дослідження.

21.Які основні чинники макро- і мікросфери, в якій функціонує фірма (організація), що здійснює зовнішньоекономічну діяльність?

22.Методи збору і обробки інформації при проведенні міжнародних маркетингових досліджень.

23.Особливості проведення міжнародних маркетингових досліджень.

24.Сегментування цільових закордонних ринків і позиціонування товарів.

25.Основні критерії сегментації міжнародних ринків товарів промислового призначення і споживацьких товарів.

26.Які цілі переслідує розробка комплексу маркетингу і які напрями маркетингової діяльності він включає для компанії, що працює на міжнародному ринку?

27.Які складові товарної політики фірми на зарубіжних ринках? Як формується товарний асортимент?

28.Назвіть фази життєвого циклу товару і маркетингові стратегії, характерні для кожної з них, враховуючи специфіку зовнішньоекономічної діяльності компанії.

29.Міжнародна політика цін на товари та послуги. З урахуванням яких факторів встановлюють початкові ціни на товари і послуги?

30.Які цінові стратегії застосовують фірми в маркетинговій практиці на товарних ринках?

31.Просування товарів і послуг на закордонні цільові ринки. Якими видами каналів збуту може користуватися фірма? Які критерії їх вибору?

32.Методи поширення товарів і послуг на зовнішньому ринку.

33.Основні способи просування товару на міжнародний ринок? Чи можливо використовувати в міжнародному маркетингу ті ж засоби просування товару на ринок, які застосовують на внутрішньому ринку?

34.Роль і цілі елементів комплексу просування товару на міжнародний ринок.