

Питання до екзамену з дисципліни «Маркетинг» (I семестр)

1. Визначення маркетингу
2. Маркетинг як філософія бізнесу
3. Ієрархія потреб А. Маслоу
4. Комплекс маркетингу та його елементи
5. Маркетингове середовище
6. Фактори макросередовища маркетингу
7. Фактори мікросередовища маркетингу
8. Виробнича концепція маркетингу
9. Товарна концепція маркетингу
10. Збутова концепція маркетингу
11. Традиційна маркетингова концепція
12. Концепція соціально-етичного маркетингу
13. Концепція маркетингу стосунків
14. Холістичний маркетинг
15. Споживчий маркетинг
16. Промисловий маркетинг
17. Маркетинг послуг
18. Міжнародний маркетинг
19. Види маркетингу залежно від попиту
20. Функції маркетингу
21. Маркетингові дослідження
22. Кон'юнктурні дослідження
23. Конкурентні сили (за М. Портером)
24. Фактори, що впливають на кон'юнктуру ринку
25. Показники кон'юнктури ринку
26. Місткість (обсяг) ринку
27. Частка ринку
28. Насиченість ринку
29. Процес маркетингового дослідження
30. Визначення цілей маркетингового дослідження
31. Формулювання робочої гіпотези маркетингового дослідження
32. Інформація, що збирається під час маркетингового дослідження: первинна та вторинна інформація
33. Методи маркетингових досліджень
34. Якісні і кількісні методи маркетингових досліджень
35. Методи опитування
36. Форми для проведення маркетингових досліджень
37. Процес розробки анкети
38. Шкали для вимірювання
39. Визначення об'єкта досліджень та обсягу вибірки
40. Процес польових робіт

- 41.Методи аналізу маркетингової інформації
- 42.Сегментування ринку
- 43.Процес сегментування ринку
- 44.Фактори сегментування споживчого ринку
- 45.Фактори сегментування промислового ринку
- 46.Методи сегментування ринку
- 47.Оцінювання сегментів ринку
- 48.Вибір сегментів ринку (вибір цільового ринку)
- 49.Позиція товару
- 50.Стратегії позиціювання
- 51.Стратегії репозиціювання
- 52.Позиція товару: карти-схеми сприйняття
- 53.Планування маркетингових стратегій
- 54.Рівні стратегічного маркетингового планування
- 55.Стратегічна бізнес-одиниця (СБО)
- 56.Процес стратегічного маркетингового планування
- 57.Формулювання місії
- 58.Визначення цілей фірми
- 59.SWOT-аналіз
- 60.Визначення маркетингових цілей
- 61.Маркетингова стратегія
- 62.Матриця розвитку товару/ринку (І. Ансоффа)
- 63.Матриця конкуренції (М. Портера)
- 64.Матриця росту/частка ринку (матриця БКГ)
- 65.Модель привабливість-конкурентоспроможність (матриця Мак-Кінсі)
- 66.Види маркетингових стратегій
- 67.Стратегії росту
- 68.Маркетингові конкурентні стратегії