**ТЕМИ РЕФЕРАТІВ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

1. Мікросередовище маркетингу.
2. Макросередовище маркетингу.
3. Етапи розвитку маркетингу за Ф. Котлером.
4. Розвиток маркетингу у 80-90 рр. ХХ століття. Основні здобутки.
5. Класифікація маркетингу.
6. Специфіка споживчого маркетингу, промислового маркетингу основні ідеї. Маркетинг торговий, прямих інвестицій.
7. Маркетинг послуг, специфіка, основні риси.
8. Міжнародний маркетинг, особливості, основний зміст.
9. Сутність стратегічного, тактичного та оперативного маркетингу. 10.Сутність масового та диференційованого маркетингу.
10. Сутність та охарактеризуйте інструментарій видів маркетингу залежно від попиту.
11. Сутність, об'єкти уваги, цілі та інструментарій виробничого, товарного, збутового, управлінського і сучасного маркетингу.
12. Сутність інтегрованого і неінтегрованого маркетингу.
13. Особливості комерційного і некомерційного маркетингу. Наведіть відповідні приклади.
14. Сутність методів збирання первинної інформації.
15. Основні джерела маркетингової інформації.
16. Сутність та охарактеризуйте структуру маркетингових інформаційних систем.
17. Поняття «кон'юнктура ринку». Назвіть основ ні аспекти аналізу загальноекономічної кон'юнктури та кон'юнктури конкретного товарного ринку.
18. Сутність прогнозування кон'юнктури товарного ринку.
19. Поняття «товарний асортимент» і «товарна номенклатура».

21.Методика розрахунку товарного асортименту через визначення рівня беззбитковості.

1. Сутність процесів елімінування товарів підприємства
2. Сутність понять «диференціація» і «диверсифікація». Охарактеризуйте різновиди диверсифікації.
3. Основні проблеми управління продукцією підприємства.
4. Основні функції каналів розподілу.
5. Основні параметри каналів розподілу.
6. Альтернативність підходів до вибору оптимального каналу розподілу.
7. Співробітництво,конфлікти та конкуренція в каналах розподілу.
8. Основні фактори вибору типу каналу розподілу.
9. Ринкові посередники, їх специфіка, та умови застосування.
10. Принципи класифікації посередників каналів розподілу
11. Формування каналів розподілу продукції підприємства.
12. Роль процесу стратегічного маркетингового планування на корпоративному рівні, на рівні стратегічної бізнес-одиниці, на рівні товару?
13. Визначення маркетингової політики комунікацій
14. Персональний продаж і його основні принципи
15. План маркетингу,основна мета його розробки.
16. Послідовність процесу маркетингового планування,характеристика його основних етапів.
17. Структура плану маркетингу
18. У чому сутність SWOT-аналізу?
19. Використання результатів SWOT-аналізу в процесі стратегічного маркетингового планування.