**ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ**

1. Розкрийте суть аграрного маркетингу і його сприйняття учасниками агропродовольчого процесу.
2. Які завдання постають перед аграрним маркетингом і які основні заходи необхідні для їх вирішення?
3. У чому полягає корисність агромаркетингу для споживача?
4. Проаналізуйте етапи еволюції аграрного маркетингу. Які найважливіші проблеми вирішуються на кожному із них?
5. Охарактеризуйте головні особливості організації аграрного маркетингу.
6. Опишіть процес агромаркетингу. З яких послідовних етапів він складається?
7. Назвіть маркетингові функції аграрного маркетингу їх зміст і спрямування.
8. У чому суть і призначення аграрного маркетингу?
9. Розгляньте історію та зміст поняття «комплекс аграрного маркетингу». Визначте його структуру й інструменти здійснення.
10. Обґрунтуйте залежність результатів агропродовольчого бізнесу від морально-етичних засад використання маркетингу.
11. Проаналізуйте структуру сучасного аграрного підприємництва в Україні. Вкажіть на переваги та недоліки цієї структури.
12. З’ясуйте місце і роль агропродовольчого комплексу в структурі АПК.
13. Опишіть елементи агарної структури з огляду їх впливу на результати маркетингової підприємницької діяльності.
14. Поясніть, як маркетингова діяльність впливає на структурні перетворення в агросекторі.
15. Розкрийте особливості використання маркетингу в різних структурах аграрного бізнесу.
16. Охарактеризуйте типи конкуренції, що існує на агарному ринку. Поясніть чому конкуренція є невід’ємною складовою маркетингової діяльності.
17. Як за допомогою маркетингових інструментів можна визначити рівень конкурентоспроможності аграрних підприємницьких структур.
18. З’ясуйте особливості конкуренції на різних етапах просування агропродукції.
19. Охарактеризуйте внутрішнє мікросередовище на підприємствах агропромислового комплексу.
20. Поясніть, як соціальне середовище впливає на ефективність функціонування аграрних підприємницьких структур.
21. Виявіть суперечності технологічного та політико-правового середовища. Поясність їх вплив на розвиток продовольчого ринку.
22. Проаналізуйте зміни у смаках і вподобаннях сучасних споживачів та з’ясуйте роль маркетингових інструментів у цих мінах.
23. Яке призначення системи управління агропродовольчим маркетингом?
24. У чому полягає суть функціонального підходу до управлінської агропродовольчої діяльності?
25. Які питання вирішує інституційний підхід організації управління агропродовольчим маркетингом?
26. Розкрийте суть і відмінності між поняттями «управління агромаркетингом» і «управління службою маркетингу».
27. Проаналізуйте особливості використання концепції маркетинг-менеджмент в агропродовольчому бізнесі.
28. Назвіть мету, зміст і завдання агромаркетингового планування.
29. Поясніть як формується організація управління в агропродовольчому комплексі й виокреміть найоптимальніші види організаційних структур кожної ланки.
30. Яких принципів потрібно дотримуватися під час формування структури агропродовольчого ринку і в яких формах вона може існувати?
31. Опишіть значення маркетингової інформації у підтримці маркетингових управлінських рішень.
32. Розгляньте критерії вибору, оцінки та використання агромаркетингової інформації.
33. З’ясуйте, яке місце посідає персонал у концепції агропродовольчого маркетингу.
34. Охарактеризуйте персонал сучасних підприємств агропродовольчого бізнесу. Визначте проблеми кадрової політики та напрями формування інноваційного персоналу.
35. Які заходи необхідно запровадити щоби вдосконалити систему мотивації та стимулювання персоналу?
36. Визначте завдання консультаційних служб в організації маркетингу агропродовольчої сфери.
37. Які відмінності між маркетологами, консультантами і дорадниками.
38. Проаналізуйте досвід функціонування консультаційно-дорадчих служб служб у світовому агропродовольчому бізнесі і обґрунтуйте можливості їх використання в Україні.
39. Розкрийте взаємозв’язок теорії змін із агропродовольчою консультаційною діяльністю.
40. Виявіть та обґрунтуйте критерії з якими організовується консультаційна служба.
41. Простежте етапи процесу консультування у сфері агропродовольчого маркетингу.
42. Розгляньте особливості надання дорадчих послуг дрібним товаровиробникам.
43. Оцініть потреби великих агрокомпаній в консультаційних послугах.
44. Назвіть особливості надання дорадчих послуг у сфері «зеленого туризму».
45. Аргументуйте механізм фінансування консультаційних послуг.
46. Які консультаційні послуги повинні надаватися на платній основі?
47. У чому полягає ефективність роботи консультантів?
48. Які напрями координації взаємовідносин існують на агропродовольчому ринку і чому серед них координація через ціни є неефективною.
49. Опишіть структуру ціни конкретного продовольчого товару.
50. Як цінові рішення впливають на механізм функціонування продовольчого ринку.
51. Проаналізуйте особливості формування цін у фермерських господарствах.
52. На прикладі конкретного продовольчого товару розкрийте механізм формування кінцевої мети.
53. Виберіть товар і обґрунтуйте найоптимальніші щодо нього методи ціноутворення.
54. Як правильно сформувати і побудувати цінову стратегію?
55. Назвіть вагомі проблеми ціноутворення на агропродовольчому ринку України.
56. Які причини зумовлюють необхідність державного регулювання цін в сільському господарстві?
57. Розкрийте механізм регулювання цін і доходів в аграрному секторі економіки.
58. Що ви знаєте про мету використання заставних цін?
59. Охарактеризкйте світовий досвід регулювання фермерських цін і доходів.
60. Проаналізуйте особливості формування ринку агропродовольчих товарів та тенденційного розвитку.
61. Опишіть маркетингові стратегії агровиробників на продовольчому ринку.
62. Обґрунтуйте підходи до формування ринку агропродовольчих товарів.
63. Розкрийте товарний потенціал продовольчого ринку України.
64. Що являє собою прогнозування продовольчого ринку і які найважливіші тенденції його розвитку?
65. Зробіть класифікацію продовольчих товарів на конкректних прикладах.
66. Виявіть чинники які формують імідж продовольчого товару.
67. Поясніть як формується механізм розробки нових агропродовольчих товарів.
68. Оцініть роль генетично-модифікованих товарів у структурі агропродовольчого ринку.
69. Які переваги органічного товаровиробництва?
70. Поясніть як формується товарно-асортиментна політика сучасної агрофірми.
71. У чому суть і призначення агропродовольчої розподільчої системи?
72. На конкретних прикладах обґрунтуйте найоптимальніші напрямки просування агропродукції.
73. На основі яких здійснюється розподільчо-збутова політика?
74. Визначте експортно-збутовий потенціал аграрного сектора України.
75. Сформулюйте основні засади ефективної стратегії й тактики агропродовольчого товаророзподілу.
76. Проаналізуйте збутові проблеми фермерських господарств.
77. Простежте вплив позитивних і негативних чинників на вибір закупівельних та торговельних посередників.
78. Що ви знаєте про механізм координації збутової діяльності?
79. Порівняйте позитивні й негативні сторони процесів спеціалізації, диверсифікації, децентралізації та інтеграції, які спостерігаються в агропродовольчому бізнесі.
80. У чому полягає важливість кооперування агровиробників? Розгляньте проблеми, що супроводжують цей процес.
81. Охарактеризуйте структуру розподільчо-збутової логістики і запропонуйте напрями зниження логістичних витрат.
82. Які рішення роздрібного продавця забезпечують ефективний розподіл у сфері роздрібної торгівлі?
83. Розкрийте суть і призначення агропродовольчої розподільчої системи
84. На конкретних прикладах обґрунтуйте найоптимальніші напрями просування агропродукції
85. Визначте критерії на основі яких здійснюється розподільчо-збутова політика
86. Оцініть експортно-збутовий потенціал аграрного сектора України
87. Сформулюйте основні засади ефективної стратегії і тактики агропродовольчого товаророзподілу
88. Проаналізуйте збутові проблеми фермерських господарств
89. Простежте вплив позитивних і негативних чинників на вибір закупівельних і торгівельних посередників
90. З’ясуйте механізм координації збутової діяльності
91. Порівняйте позитивні і негативні сторони процесів спеціалізації, диверсифікації, децентралізації та інтеграції, які спостерігаються в агропродовольчому бізнесі
92. Поясніть важливість кооперування агровиробників та проаналізуйте проблеми, які супроводжують цей процес
93. Охарактеризуйте структуру розподільчо-збутової логістики і запропонуйте напрями зниження логістичних витрат
94. Які рішення роздрібного продавця забезпечують ефективний розподіл у сфері роздрібної торгівлі.
95. Розкрийте суть маркетингових комунікацій та особливості їх використання в аграрній сфері.
96. 3'ясуйте спрямованість інтегрованих маркетингових комунікацій на агропродовольчому ринку.
97. Використання яких інструментів агромаркетингових комунікацій демонструє найвищу ефективність у сфері агробізнесу?
98. Сформулюйте функції та стратегії агрокомунікацій.
99. За якими критеріями здійснюється класифікація агромаркетингових комунікацій?
100. Проаналізуйте особливості організації реклами різними учасниками агропродовольчого процесу.
101. Як визначити ефективність реклами? Які логічні аргументи рекламного звернення найефективніші під час використання прямого продажу.
102. Назвіть особливості організації інтегрованих маркетингових комунікацій у фермерських господарствах.
103. Яка мета, завдання та напрями рекламування у сучасному продуктовому супермаркеті?
104. Як впливають збутові комунікації на позиціювання агропродовольчих фірм? Розгляньте психологічні аспекти комунікаційно-збутової діяльності на продовольчому ринку.
105. Обґрунтуйте вплив PR-технологій у стимулюванні збуту агропродукції.