**Завдання для самоконтролю по темі 1**

**1.** Дайте кілька визначень маркетингу. Стосовно кожного з них з'ясуйте таке:

– що є предметом маркетингу:

– яким концепціям маркетингу відповідає кожне з цих визначень;

– які цілі маркетингу передбачають ці визначення;

– що становить зміст маркетингової діяльності.

2. Розгляньте основні концепції маркетингу. Визначте сутність кожної з них відповідно до використовуваного маркетингового інструментарію, основного об'єкта уваги та ринкових орієнтирів. Поясніть логіку еволюції концепції маркетингу.

3. Охарактеризуйте сучасні тенденції розвитку маркетингу.

4. Дайте визначення та наведіть приклади потреб. Розгляньте їх види згідно із класифікацією.

5. Дайте визначення та наведіть приклади цінностей відповідно до теорії Рокіча та класифікації, запропонованої Шетом, Ньюманом і Гроссом у 1991 p.

6. Дайте визначення побажань (запитів). Назвіть, чим вони відрізняються від потреб та попиту.

7. Дайте визначення попиту та охарактеризуйте його види.

8. Що означає поняття ”тип вимірювання попиту”?

9. Дайте маркетингове визначення товару та розгляньте маркетингову кла­сифікацію товарів.

10. Охарактеризуйте особливості послуг, які враховуються в конструюванні маркетингових програм підприємств та організацій обслуговування.

11. Охарактеризуйте види послуг відповідно до їх класифікації.

12. Дайте визначення вартості товару (послуги). Розгляньте використання цьо­го поняття в маркетинговій практиці.

13. Дайте визначення поняття ”задоволення”. Охарактеризуйте його типи та наведіть приклади відповідних товарів.

14. Дайте визначення маркетингових комунікацій. Укажіть на відмінності цьо­го поняття і поняття ”маркетингове просування”. Охарактеризуйте основні елемен­ти маркетингових комунікацій.

15. Що таке маркетинговий розподіл? Укажіть на відмінність цього поняття від поняття ”збут продукції”.

16. Дайте маркетингове визначення ринку. Охарактеризуйте основні типи ринків.

17. Охарактеризуйте поняття ”цільовий ринок підприємства”, ”побічний ринок”, ”зона байдужості”.

18. Охарактеризуйте основних суб'єктів маркетингу.