**ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ**

**1. Основи маркетингу та маркетингової діяльності на енергетичних ринках**

1. Сутність маркетингу та його роль в енергетиці.
2. Принципи ринкової економіки та місце маркетингу в ній.
3. Завдання та цілі маркетингу.
4. Концепція маркетингу та її основні елементи.
5. Характеристика комплексу маркетингу (4P): продукт, ціна, збут, просування.
6. Особливості електричної енергії як товару.
7. Особливості ринку енергії у світлі енергетичних криз.
8. Основні напрямки маркетингової діяльності енергопостачальних організацій.
9. Задачі маркетингової діяльності енергоменеджера.
10. Причини вигідності енергозбереження для енергопостачальних організацій.

**2. Маркетинг енергетичного менеджменту**

1. Сутність і мета енергетичного менеджменту.
2. Основні види маркетингових досліджень у сфері енергоменеджменту.
3. Етапи проведення маркетингового дослідження.
4. Методи збору та обробки інформації.
5. Метод експертних оцінок і метод «Делфі».
6. SWOT-аналіз у маркетингових дослідженнях енергетичних підприємств.
7. Маркетингова програма підприємства: структура, цілі, завдання.
8. Оцінка ефективності служби енергоменеджменту.
9. Розробка маркетингового плану просування енергозберігаючих технологій.

**3. Маркетинг в електроенергетиці**

1. Сутність маркетингу в системах електроенергетики.
2. Особливості електроенергетичного ринку.
3. Сегментація споживачів електроенергії.
4. Методи визначення сегментів ринку енергетичних послуг.
5. Модель конкуренції за Портером у контексті енергетичного ринку.
6. Роль Public Relations (PR) у діяльності енергетичних компаній.
7. Особливості експлуатаційного маркетингу в електроенергетиці.
8. Логічні зв’язки між особливостями енергоринку, електроенергетики та маркетингу.

**4. Маркетингові методи управління попитом на електроенергію**

1. Енергозбереження як фактор управління попитом.
2. Вирівнювання навантаження енергосистеми.
3. Маркетинг управління енерговикористанням.
4. Основні види маркетингу в управлінні енергоспоживанням (синхромаркетинг, демаркетинг).
5. Соціальні та економічні аспекти впровадження маркетингових стратегій енергоефективності.

**5. Ціноутворення на ринку електроенергії**

1. Принципи ціноутворення на енергетичних ринках.
2. Регулювання електроспоживання за допомогою тарифів.
3. Формування тарифів як інструментів синхромаркетингу та демаркетингу.
4. Види тарифів і їх вплив на попит.
5. Переваги та недоліки різних методів ціноутворення.

**6. Ринок теплової енергії**

1. Особливості функціонування ринку теплової енергії.
2. Методи ціноутворення в теплопостачанні.
3. Сегментація споживачів теплової енергії.
4. Особливості просування енергозберігаючих технологій на ринку теплової енергії.