

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Поняття потреби та нужди. Види потреб. Піраміда Маслоу.
2. Поняття попиту. Види попиту.
3. Концепції управління попитом (маркетингом).
4. Визначення сегментації ринку. Цілі сегментації. Критерії сегментації ринку.
5. Стратегії охоплення ринку.
6. Позичіонування товару. Стратегії позиціонування.
7. Комплекс маркетингу та його складові.
8. Поняття товару в маркетингу. Рівні товару.
9. Класифікація товарів.
10. Концепція життєвого циклу товару. Етапи життєвого циклу товару та їх характеристики. Управління життєвим циклом товару.
11. Сутність товарної політики підприємства. Структура товарної політики.
12. Етапи розробки і виведення нового товару на ринок.
13. Сутність конкурентоспроможності товару. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності товарів.
14. Елементи фірмового стилю та їх роль в товарній політиці підприємства.
15. Сутність бренду. Підходи до розробки брендів.
16. Характеристика факторів, що впливають на ціну.
17. Методи ціноутворення.
18. Стратегії при визначенні ціни на нову продукцію.
19. Визначення збуту. Поняття каналу збуту. Види каналів збуту. Довжина та ширина каналів збуту.
20. Напрямки та основні етапи проведення досліджень покупців.
21. Етапи проведення маркетингових досліджень.
22. Методи проведення досліджень.
23. Види маркетингової інформації. Основні джерела маркетингової інформації, їх характеристика.
24. Сутність методу опитування. Структура анкети. Види анкетних питань.
25. Організація спостережень.