**Питання для підготовки та**

**обговорення на практичних заняттях**

**Тема 1. Суть маркетингу та розвиток його концепції. Системна характеристика сучасного маркетингу**

1. Охарактеризуйте передумови, що сприяли виникненню маркетингу.
2. Дайте, на Вашу думку, найбільш точне і комплексне визначення поняття “маркетинг”.
3. Окресліть основні цілі маркетингу як сучасної концепції управління.
4. Сформулюйте принципи, якими необхідно керуватися у маркетинговій діяльності.
5. Перерахуйте основні сфери господарської діяльності та суспільного життя, в яких спостерігається застосування елементів маркетингу.
6. Охарактеризуйте позитивні сторони та обмеження у застосуванні концепцій маркетингу.

7. Охарактеризуйте переваги комплексного системного підходу до маркетингової діяльності.

8. Перерахуйте основні етапи маркетингової діяльності.

9. Розкрийте суть функцій маркетингу.

10. Опишіть структуру та характер впливу на маркетингову діяльність підприємства факторів зовнішнього макросередовища.

11. Опишіть структуру та характер впливу на маркетингову діяльність підприємства чинників зовнішнього мікросередовища.

12. Перерахуйте склад та розкрийте механізми впливу чинників внутрішнього середовища на ефективність ринкової діяльності підприємства.

**Тема 2. Маркетингова інформаційна система та маркетингові дослідження**

1. Яка роль відводиться інформації у прийнятті маркетингових рішень?
2. Розкрийте суть та роль основних підсистем маркетингової інформаційної системи.
3. Дайте характеристику основних етапів маркетингових досліджень.
4. Чим відрізняються польові дослідження від кабінетних?
5. Дайте характеристику основних об’єктів маркетингових досліджень.

**Тема 3. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів**

1. Розкрийте суть та дайте класифікацію потреб суб’єктів ринку.

2. Дайте характеристику факторам, що впливають на поведінку покупців.

3. Опишіть процес прийняття рішення про купівлю на споживчому ринку.

4. Охарактеризуйте особливості маркетингової діяльності на ринку товарів виробничого призначення.

5. Дайте загальну характеристику таким клієнтурним ринкам як посередники і бюджетні установи.

6. Чим обумовлена доцільність і за якими ознаками проводиться сегментація ринків?

7. Що таке цільовий ринок (сегмент) і яким вимогам він має відповідати?

8. Які стратегічні підходи може використати підприємство при виборі цільових сегментів?

**Тема 4. Товарна політика в системі маркетингу**

1. Що таке товар?
2. Наведіть найбільш повну класифікацію товарів.
3. Дайте характеристику рівням виведення товару на ринок.
4. Розкрийте сутність та значення у товарній політиці концепції життєвого циклу товарів.
5. Які дії має вчинити виробник на кожному етапі життєвого циклу товарів?
6. Що таке новий товар? Які критерії віднесення товару до нових?
7. Охарактеризуйте основні етапи розробки нових товарів?
8. Що таке асортиментна політика? За якими показниками проводиться оцінка асортименту?
9. Дайте комплексну характеристику поняттям якість і конкурентоспроможність продукції та їх взаємозв’язку.
10. Охарактеризуйте основні аспекти таких складових товарної політики як товарна марка, упаковка, сервіс.

**Тема 5. Цінова політика в системі маркетингу**

1. Дайте визначення категорії “ціна”.

2. Які цілі може переслідувати підприємство у питаннях ціноутворення? За яких умов їх варто застосовувати?

3. Дайте комплексну характеристику факторам, які впливають на рівень та динаміку цін.

4. Охарактеризуйте основні етапи процесу ціноутворення.

5. Що таке еластичність попиту за ціною? За яких умов спостерігається нееластичність попиту?

6. Дайте комплексну характеристику стратегіям та методам ціноутворення.

## Тема 6. Політика розподілу в системі маркетингу

1. Яка роль у маркетинговій діяльності відводиться каналам розподілу?
2. Які види каналів розподілу можуть застосовувати підприємства-виробники?
3. За яких умов виробнику доцільно використовувати прямі канали збуту продукції?
4. За яких умов виробнику доцільно використовувати непрямі канали розподілу?
5. Охарактеризуйте особливості вертикальних, горизонтальних та багатоканальних маркетингових систем.
6. Дайте характеристику основним етапам управління каналами розподілу.
7. Які функції покладаються на канали розподілу?
8. У чому полягають особливості інтенсивного, селективного та ексклюзивного розподілу?

**Тема 7. Комунікаційна політика в системі маркетингу**

1. Що таке комунікація і які елементи входять у комплекс маркетингових комунікацій?

2. Що таке реклама і які функції на неї покладаються?

3. Які рекламоносії застосовуються у господарській практиці? Які їх позитивні та негативні сторони?

4. Дайте комплексну характеристику персональному продажу як елементу просування.

5. Охарактеризуйте суть та основні напрямки здійснення стимулювання збуту.

6. Яка роль у маркетинговій діяльності відводиться зв’язкам з громадськістю і які інструменти до них відносяться?

7. Які методи формування бюджету на комунікації Ви знаєте? У чому їх переваги та обмеження?

8. Як можна оцінити ефективність маркетингових комунікацій?

9. Охарактеризуйте основні положення ЗУ “Про рекламу”

10. Які положення Міжнародного кодексу рекламної діяльності, на Вашу думку, найбільш часто порушуються в Україні?

**Тема 8. Організація та контроль маркетингової діяльності**

1. Які етапи передбачаються процесом організації маркетингу на підприємстві?

2. За якими принципами здійснюється побудова організаційної структури служби маркетингу?

3. Які типи та види організаційних структур служб маркетингу застосовуються на практиці? У чому полягають їх переваги та недоліки?

4. Яким вимогам має відповідати маркетолог?

5. За якими напрямками ведеться контроль маркетингової діяльності?

6. Дайте комплексну характеристику планування маркетингової діяльності.