

Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського
Кафедра економіки та менеджменту

Залікові вимоги
з навчальної дисципліни “Маркетинг”

Рівень вищої освіти – **перший (бакалаврський)**

Галузь знань – **07 Управління та адміністрування**

Спеціальність – **073 Менеджмент**

Освітня програма – **Менеджмент**

©Іванова Л.О.

Перелік питань для складання заліку

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
2. Соціально-економічна сутність маркетингу.
3. Маркетинг як економічний процес, господарська функція, господарська концепція.
4. Еволюція концепцій маркетингу.
5. Визначення та сутність основних категорій маркетингу.
6. Комплекс маркетингу, його основні елементи.
7. Основні функції і цілі сучасної концепції маркетингу.
8. Класифікація маркетингу.
9. Сфери та умови ефективного застосування маркетингу.
10. Сутність та класифікація основних видів маркетингу.
11. Види маркетингу за станом попиту на товар.
12. Нові види маркетингу в контексті сучасних економічних тенденцій.
13. Процес маркетингу, його основні етапи.
14. Сутність маркетингового середовища та необхідність його дослідження.
15. Характеристика ознак, властивих середовищу маркетингу.
16. Керовані і некеровані фактори маркетингового середовища.
17. Фактори та показники маркетингового макросередовища.
18. Фактори та показники маркетингового мікросередовища.

19. Поняття, необхідність та значущість маркетингової інформації.
20. Види та джерела маркетингової інформації.
21. Переваги та недоліки вторинної і первинної інформації.
22. Основні принципи формування та використання маркетингової інформації.
23. Маркетингова інформаційна система та її складові.
24. Сутність та методологічні основи маркетингових досліджень.
25. Основні принципи маркетингових досліджень.
26. Види маркетингових досліджень залежно від методу проведення.
27. Види маркетингових досліджень залежно від характеру і мети дослідження.
28. Види маркетингових досліджень залежно від виду інформації, що збирається.
29. Класифікація маркетингових досліджень.
30. Основні методи проведення поза кабінетних маркетингових досліджень.
31. Алгоритм маркетингового дослідження.
32. Характеристика основних етапів маркетингового дослідження.
33. Сутність купівельної поведінки споживачів та необхідність її дослідження.
34. Відмінність придбання товарів індустріальними та індивідуальними споживачами.
35. Проста і розгорнута моделі купівельної поведінки споживачів.
36. Фактори, що визначають купівельну поведінку споживачів.
37. Процес прийняття рішень про купівлю товару.
38. Етапи життєвого циклу сім'ї та особливості поведінки і звичок покупців.
39. Вольова та імпульсивна схеми прийняття рішення про купівлю товару.
40. Товар як засіб задоволення потреб споживача. Основні рівні товару.
41. Маркетингова сутність товару. Поняття товарного асортименту. Товарної номенклатури, товарної марки та упаковки.
42. Рішення, які приймаються під час реалізації маркетингової товарної політики.
43. Складові частини маркетингової товарної політики.
44. Життєвий цикл товару, його етапи та види.
45. Сутність маркетингової товарної політики, її місце в системі маркетингу підприємства.
46. Основні способи продовження життєвого циклу товару.
47. Оптимальна структура пропонованих підприємством товарів на ринку з урахуванням стадій їх життєвого циклу.
48. Процес розробки та впровадження на ринок нових товарів.
49. Основні причини невдач товарів-новинок.
50. Економічна природа послуги. Маркетингова класифікація послуг.
51. Характерні особливості послуг.

52. Ціна в комплексі маркетингу. Сутність маркетингової цінової політики підприємства.
53. Фактори, що визначають ефективність маркетингової цінової політики підприємства.
54. Визначення підприємством цілей ціноутворення на ринку товарів і послуг.
55. Маркетингові цінові стратегії та умови їх застосування.
56. Особливості реалізації маркетингових цінових стратегій.
57. Основні групи маркетингових цінових стратегій.
58. Сутність та завдання маркетингової політики розподілу.
59. Канали розподілу, їх рівні. Функції каналів розподілу.
60. Основні характеристики каналів розподілу.
61. Маркетингові підходи до формування довжини і ширини каналу розподілу.
62. Основні критерії вибору торгових посередників при формуванні каналів розподілу.
63. Управління каналами розподілу.
64. Маркетингові вертикальні системи розподілу.
65. Маркетингові горизонтальні та багатоканальні системи розподілу.
66. Види учасників каналу розподілу.
67. Сутність маркетингової політики комунікацій.
68. Алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій.
69. Характеристика елементів маркетингової політики комунікацій.
70. Роль реклами у системі маркетингових комунікацій.
71. Особливості прямого маркетингу.
72. Напрями здійснення стимулювання продажу.
73. Зв'язки з громадськістю, їх роль у збільшенні довіри до товарів/послуг підприємства.
74. Процес персонального продажу в системі маркетингових комунікацій.
75. Значення та завдання системи маркетингових комунікацій у комплексі маркетингу підприємства.
76. Побудова апарату управління підприємством за концепцією маркетингу.
77. Варіанти організації структури маркетингу на підприємстві.
78. Організація ефективної взаємодії служб маркетингу з іншими підрозділами підприємства.
79. Сутність та основні етапи контролю маркетингової діяльності.
80. Рівні контролю маркетингової діяльності підприємства.

Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Котлер Ф. Основи маркетингу. Класичне видання. – К.: Наукова думка, 2023. - 622 с.

2. Іванова Л.О. Особливості реалізації інструментів маркетингу в умовах воєнного стану / О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова // Журнал «Економіка та суспільство». Випуск № 38, 2022. – С. 21-29.
3. Іванова Л.О. Маркетинг впливу та його особливості в індустрії гостинності / О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки», 2021. – Випуск 3(104). – С. 67-77.
4. Іванова Л.О. Сучасний досвід маркетингу вражень в індустрії гостинності / Л.О. Іванова, О.М. Вовчанська // Причорноморські економічні студії». Випуск 65/2021.
5. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір. Підручник. За ред. Старостіної А.О. Київ: ТОВ «Видавництво Ліра-К», 2024.490 с.
6. Мендела І. Я. Маркетинг готельно-ресторанного господарства : навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ : Територія друку, 2022.217 с.
7. Окландер М.А. Маркетингова товарна політика: підручник /М.А.Окландер, М.В.Кірносова. – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 246 с.
8. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: підручник / М.А.Окландер, О.П.Чукурна. – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 284 с.
9. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Вид.2-е, перероб. та доповн. Київ: Студцентр, 2024. – 384 с.

Допоміжна література

1. Бергер Й. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. – Харків: Vivat, 2023. – 200 с.
2. Годін Сет. Це маркетинг. - К.: Видавництво Art Huss, 2024. – 224 с.
3. Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми : навчальний посібник / Ю. А. Дайновський. – Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2022. – 185 с.
4. Джонсон М., Гуман П. Вплив брендів. Таємна сила нейронауки в маркетингу. Харків : Vivat, 2023. 384 с.
5. Іванова Л.О. Детермінанти активізації розвитку усвідомленого споживання в контексті соціально-етичного маркетингу /О.М.Вовчанська, Л.О.Іванова //Науково-практичний журнал з економічних наук «Науковий погляд: економіка та управління» №1 (81) 2023. – Видавничий дім «Гельветика», 2023. – 210 с. – С. 15-25.
6. Іванова Л.О. Мобільна реклама: нові реалії та перспективи / О.М. Вовчанська, Л.О. Іванова // Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: монографія / [Ромат Є. В., Бабаченко Л. В., Багорка М. О., Білоткач І. А. та ін.] ; за заг. ред. Є. В. Ромата та С. Ф. Смерічевського. К: Студцентр, 2021.- 308 с. - С. 259-275.
7. Іванова Л.О. Тактильні технології в маркетингу/ Л. О. Іванова, О. М. Вовчанська // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст (частина II) : Монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В. Карпенко. – Полтава: ПУЕТ. – 2021. – 250 с. - С.16-30.
8. Іванова Л.О. Сучасні технології мобільного маркетингу / О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова //Науковий вісник Хмельницького національного університету. Серія "Економічні науки". - Хмельницький, Хмельницький, 2021, № 6, Том 2 (300). - С. 176-184.
9. Іванова Л.О. Використання ChatGPT для підвищення стійкості індустрії гостинності та туризму / О.М.Вовчанська, Л.О.Іванова, А.О.Шамов // Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (17-19 квітня 2024 р., м. Київ) Електронне видання у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2024. Т.2. – 422 с. – С.336-339.
10. Іванова Л.О. Роль соціальних медіа в маркетингу підприємств індустрії гостинності / Л.О.Іванова, О.М.Вовчанська, А.О.Шамов // тези доп. VI Міжнародної науково-практичної конференції "Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування" (9-10 травня 2024 р.) / за заг. ред. Н. Павленчик. – Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – 352 с. – С. 88-92.
11. Іванова Л.О. Інноваційні маркетингові рішення на основі штучного інтелекту / Л.О.Іванова, О.М.Вовчанська // Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (27–29 квітня 2023 р., м. Хмельницький). – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 199 с. – С. 38-43.
12. Іванова Л.О. Інтеграція штучного інтелекту в готельний бізнес для задоволення потреб гостей /Л. О. Іванова, О. М. Вовчанська, А. О. Шамов // Сучасні тенденції розвитку індустрії

гостинності : зб. тез доп. ІV Міжнар. наук.-практ. конф. (12 жовтня 2023 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2023. – 384 с. –С. 58-61.

13. Кей Райт. Побудування бренду: не мовчіть у галасливому світі. – Харків: Vivat, 2023. – 304 с.
14. Котлер Ф., Амстронг Г. Основи маркетингу. К.: Наукова думка, 2022. – 879 с.
15. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / Ф. Котлер. – К. : Альпіна Паблішер Україна, 2021. – 252 с.
16. Ларіна Я.С. Маркетинговий аудит: навч. посіб. /Я.С.Ларіна, Н.М.Антофій. – Одеса: Олді-Плюс, 2021. – 330 с.
17. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навч. посіб. / Петруня Ю. Є. – [3-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 351 с.
18. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш Формат, 2019. 152 с.
19. Хелліген Б. Вхідний маркетинг. Приваблюйте, залучайте і радуйте клієнтів онлайн / Б. Хелліген, Д. Шах. – Харків : Фабула, 2020. – 240 с.
20. Цвілій С. М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Електронний каталог ЛДУФК імені Івана Боберського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://3w.ldufk.edu.ua>
3. Електронний репозитарій ЛДУФК імені Івана Боберського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/>
4. Електронні ресурси Львівської наукової бібліотеки ім. Стефаника НАН України. Електронний режим доступу: <http://www.lsl.lviv.ua/e-resources.htm>.
5. Електронні ресурси Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. Електронний режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-resources>.
6. Електронний каталог Львівської обласної універсальної бібліотеки. Електронний режим доступу: http://lounb.ddns.net:4321/cgi-bin/irbis64r_11/cgiirbis_64.exe.
7. Сервіс для пошуку наукових джерел Google Scholar. Електронний режим доступу: <https://scholar.google.com.ua>.
8. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: <http://sostav.ua/section/advindustry/advcommunications/pr>.
8. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: <http://www.proreklam.com>.
9. Діджиталізація: як не втратити конкурентну перевагу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/notes/digital-innovation.html>
10. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/ahive.php>
11. Українська асоціація маркетингу (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/>