

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

**Залікові вимоги
з навчальної дисципліни “Маркетинг”**

Рівень вищої освіти – бакалавр

Галузь знань – 07 Управління та адміністрування

Спеціальність – 073 Менеджмент

Факультет туризму

©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.

Рекомендована література

Основна

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К: Центр навчальної літератури, 2018. – 612 с.
2. Банкин А. М. Контент-маркетинг для роста продаж / А.М. Банкин – СПб.: Питер, 2017. – 272 с.
3. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем / Ф. Барден. М: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 304 с.
4. Голубков Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков – М: Академия, 2017. — 490 с.
5. Іванова Л.О. Завдання для самостійної роботи студентів, практичних та семінарських занять з маркетингу / С.В. Скибінський, Ю.А.Дайновський, Л.О. Іванова. - Львів: видавництво Львівської комерційної академії, 2003.- 316 с.
6. Іванова Л.О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства. Навчально-методичне видання. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2012. – 216 с.
7. Іванова Л.О., Дайновський Ю.А. План маркетингу торговельного підприємства: навчальний посібник /Л.О. Іванова, Ю.А. Дайновський, К.М. Прохоренко . – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2010.- 116 с.
8. Манн И. Б. Интернет-маркетинг на 100 % / И.Б.Манн. – СПб.: Питер, 2018. – 240 с.
9. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. – М: Академкнига, 2017. – 433 с.
10. Мещерякова Я. В. Маркетинг: учеб.-метод. пособие / Я. В. Мещерякова, С. Б. Жабина, О. В. Ангел. — 3-е изд., перераб. и доп. — Волгоград: Сфера, 2016. — 336 с.
11. Осовицкая Н. А. HR #digital #бренд #аналитика #маркетинг / Н.А. Осовицкая. – СПб.: Питер, 2019. – 400 с.
12. Падерін І.Д. Маркетинг: навч. посібник / І.Д. Падерін, К.О. Сорока, К.В. Комарова. - Дніпропетровськ: ДДФА, 2015. – 259 с.
13. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник / В.Н. Парсяк. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 324 с.
14. Румянцев Д. В. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий / Д.В. Румянцев, Н.Д. Франкель. – СПб.: Питер, 2018. – 320 с.

15. Скобкин С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд. испр. и доп. М: Экономистъ, 2017. — 265 с.
16. Траут Д., Райс А. Маркетинговые войны. Новое издание / Д. Траут, А. Райс. — СПб.: Питер, 2018. — 288 с.

Додаткова

1. Басій Н.Ф. Реклама: навч. посібник / Н.Ф. Басій, Л.М. Бук— Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2007. — 200 с.
2. Березин И. Маркетинговые исследования: инструкция по применению / И. Березин — 3-е изд., перераб.и доп. — М: Юрайт, 2012. — 381 с.
3. Бест Р. Маркетинг от потребителя = Market-based management / Роджер Бест; [пер.с англ. С. Памфилова и И. Брагиной; под. ред.. П. Миронова]; Стокгольмская школа экономики. — 3-е изд. — М: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 744с.
4. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете / Ларри Вебер [пер. с англ. Е. Лалаян]. — М: Манн, Иванов и Фербер, 2010. — 320 с.
5. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник / С. С. Гаркавенко; [4-те вид. доп.]. — Київ Лібра, 2006. — 720с.
6. Дайновський Ю.А. Товарна інноваційна політика: навч.посібник / Ю.А. Дайновський. - Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. — 312 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент — 3-е изд. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер: пер. с англ. С.Г. Жильцов. — М: Издательский дом «Вильямс», 2009. — 462 с.
8. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга [пер. с англ.; 9-е издание] / Ф. Котлер, Г. Армстронг. — М: Издательский дом «Вильямс», 2003. — 1200 с.
9. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; за наук. ред. д.е.н., проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка. — К: КНЕУ, 2008. — 600 с.
10. Маркетингова інформація: підручник / Є. В. Крикавський, О. В. Дейнега, І. О. Дейнега, Л. О. Шелюк, О. А. Кратт, Р. Патора. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. - 416 с.
11. Парабеллум А. 100 секретов маркетинга без затрат / А. Парабеллум. — СПб.: Питер, 2013. — 128 с.
12. Петруня Ю. Є. Маркетинг: навч. посіб. / Петруня Ю. Є. — [2-ге вид., перероб. і доп.]. — К: Центр учбової літератури, 2010. — 351 с.
13. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетингологів: навч. посібник / Т.О. Примак — К. : Центр учбової літератури, 2013. — 202 с.
14. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. / Т. О. Примак. — К. : Атака, Ельга-Н, 2009. — 328 с.

15. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. Синяевой И.М. – М: Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2012. – 298 с.
16. Скибінський С.В. Маркетинг. Ч.2: підручник. / С.В. Скибінський. – Львів: ЛА „Піраміда”, 2009. – 748 с.
17. Скибінський С. В. Сегментування ринку: навч. посібник/ С.В. Скибінський С. В., А. І. Федорчук . – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. – 248 с.
18. Скибінський С.В. Маркетинг. Ч. 1.: підручник / С. В. Скибінський. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2000.– 640 с.
19. Сухорська У. Р. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. / У.Р. Сухорська – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. – 381 с.
20. Федорчук А.І. Маркетингові дослідження / А.І. Федорчук. - Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. - 367 с.
21. Чередниченко Ю.В. Маркетинг в Інтернеті: сайт, который зарабатывает / Ю. В. Чередниченко. – [2-е издание]. – СПб.: Питер, 2012. – 176 с.
22. Буднікевич І.М. [Маркетинг у галузях і сферах діяльності](#) / І.М. Буднікевич. – К: Центр навчальної літератури, 2013. – 536 с.
23. Иванова Л.Е., Музыка О.М. Инновационные подходы в маркетинговой политике современных глобальных компаний / Л.Е. Иванова, О.М. Музыка // Устойчивое развитие предприятия, региона, общества: инновационные подходы к обеспечению: [монография /под общей редакцией д-ра экон.наук, проф. О.В. Прокопенко].- Польша: «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2014. – 474 с.
24. Иванова Л.О. Маркетинговий аналіз інтеграційних процесів у готельному бізнесі: світова практика та українські реалії //Маркетингові технології в умовах інноваційного розвитку економіки: [монографія / За ред. С.В. Ковальчук]. – Хмельницький ТОВ «Поліграфіст-2», 2011.- 322с. – С.156-166.
25. Скибінський С.В., Иванова Л.О., Моргун О.Ф. Маркетинг готельних послуг (Монографія) / С.В. Скибінський, Л.О. Иванова, О.Ф. Моргун. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2000.- 246 с.

Інформаційні ресурси

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. Стефаніка 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 "ProPR": <http://propr.com.ua/ru/newspr/ukraine>.
9. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: <http://sostav.ua/section/advindustry/advcommunications/pr>.
10. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: <http://www.proreklamu.com>.