
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 1

1. Методологічні основи маркетингу. Стисла характеристика основних методологічних рівнів.
2. Маркетингове середовище підприємства, методика його аналізу.
3. Суть та визначення маркетингових досліджень. Види та методи маркетингових досліджень.
4. Основні етапи рекламної діяльності.
5. Особливості сучасного світового ринку.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 2

1. Маркетинг. Визначення, суть та історичні передумови виникнення.
2. Промисловий ринок. Особливості та стисла характеристика.
3. Концепція ЖЦТ. Види кривих ЖЦТ. Зв'язок із маркетинговою політикою підприємства
4. Рекламний бюджет. Методи формування рекламного бюджету.
5. Структурний підхід до аналізу конкуренції. Специфіка маркетингової політики підприємства в залежності від типу ринку.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

Екзаменаційний білет № 3

1. Методологічні основи маркетингу. Системний аналіз як основа прийняття ефективний маркетингових рішень.
2. Складові ринкової поведінки споживачів. Теорії споживчих мотивацій. Їх загальна характеристика.
3. Фактори, що впливають на ціноутворення на підприємстві.
4. Матриця І. Ансофа. Сутність, призначення та використання під час розробки маркетингової політики підприємства.
5. Міжнародний маркетинг. Ціль та методи виходу на міжнародний ринок.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 4

1. Основні маркетингові логіки в залежності від стану ринку. Економічні передумови використання та стисла характеристика.
2. Сегментація ринку. Переваги та недоліки сегментації. Основні етапи. Критерії ефективності сегментації.
3. Якість товару. Критерії якості товару. Матриця Дж. Саймона.
4. Канали розподілу. Їх види та функції.
5. Основні етапи виходу компанії на міжнародний ринок.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 5

1. Методологічні основи маркетингу. Зв'язок маркетингу із основними категоріями та законами економічної теорії.
2. Конкуренція. Суть, визначення, основні типи. Підходи до аналізу ринкової конкуренції.
3. Система маркетингової інформації на підприємстві, її складові.
4. Складові комплексу маркетингу. Товар. Визначення. Рівні товару.
5. Основні засоби реклами. Їх стисла характеристика.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 6

1. Функціональні задачі маркетингу.
2. Ринок кінцевих споживачів. Визначення та характеристика.
3. SWOT-аналіз. Сутність, цілі та методика проведення. Зав'язок із маркетинговою стратегією підприємства.
4. Основні етапи встановлення ціни на товар.
5. ИМК підприємства. Визначення, структура, форми і види комунікацій.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 7

1. Поведінковий підхід до аналізу конкуренції. Концептуальні шляхи посилення конкурентних позицій підприємства та їх зв'язок із маркетинговою політикою.
2. Розгорнута модель свідомості кінцевого споживача. Вид та стисла характеристика.
3. Типи попиту на товар та маркетингові завдання.
4. Види торговельних посередників.
5. Основні етапи управління ИМК підприємства.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 8

1. Ринок. Визначення, умови ефективного функціонування. Інфраструктура товарного ринку.
2. Етапи сприйняття нового товару. Модель дифузії інновації Роджерса.
3. Рівні каналів розподілу на промисловому та споживчому ринках. Глибина та ширина каналів розподілу. Проблеми визначення глибини та ширини каналів розподілу.
4. PR. Суть, структура та завдання.
5. Маркетинг-менеджмент. Визначення. Основні етапи.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 9

1. Структурна трактовка конкуренції. Характеристика та зв'язок із маркетинговими заходами.
2. Попит та мотивація споживачів. Визначення та взаємозв'язок. Основні показники ринкового попиту.
3. Фактори, що впливають на вибір посередників.
4. Поняття ринкового асортименту та номенклатури. Ширина та глибина товарного асортименту. Стратегії нарощування товарного асортименту.
5. Стимулювання збуту. Визначення. Методи стимулювання.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 10

1. Основні етапи маркетингової діяльності. Їх стисла характеристика.
2. Ринковий попит. Етапи формування. Структура попиту. Кількісні показники попиту.
3. Життєвий цикл товару. Сутність, причини виникнення та стисла характеристика основних етапів. Види кривих ЖЦТ.
4. Цінова еластичність та її вплив на ринкове ціноутворення.
5. Канали подачі реклами, їх переваги та недоліки.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 11

1. Маркетингова можливість фірми та методи її пошуку.
2. Зв'язок мотиваційного процесу у споживачів з комплексом маркетингу підприємства.
3. Маркетингові стратегії підприємства. Їх загальна характеристика.
4. Ефект Парето. Суть та прикладне значення.
5. Основні рекламні моделі. Їх стисла характеристика.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 12

1. Ситуаційний аналіз, його суть та завдання.
2. Підходи, моделі та методи сегментації споживчого ринку.
3. Методи генерації ідей під час розробки нового товару. Їх стисла характеристика.
4. Методи "страхування" ціни.
5. Цілі та фактори, що визначають структуру ІМК.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 13

1. Основні етапи маркетингових досліджень. Їх стисла характеристика.
2. Підходи, моделі та методи сегментації промислового ринку.
3. Класифікація промислових товарів.
4. Марка товару, визначення та структура. Торговельна марка. Бренд. Етапи його формування.
5. Основні етапи рекламної діяльності.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 14

1. Конкуренція. Її види та вплив на маркетингову діяльність підприємства.
2. Класифікація споживчих товарів. Стисла характеристика та зв'язок із специфікою споживчої поведінки та маркетингових заходів.
3. Базові методи ціноутворення. Їх характеристика та умови використання.
4. Реклама, визначення, суть, історія розвитку, види.
5. Маркетинговий менеджмент. Основні етапи стратегічного планування на підприємстві.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 15

1. Матриця Хассі. Сутність та мета застосування.
2. Ролі осіб, які беруть участь у прийнятті рішення про купівлю товару.
3. Ринкове позиціонування. Стратегія та тактика ринкового позиціонування.
4. Розробка концепції рекламного звернення.
5. Стратегії конкурентної боротьби за Раменьским-Юдановим.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 16

1. Основні етапи маркетингової діяльності. Стисла характеристика.
2. Типи товарів з точки зору новизни. Стратегії ціноутворення на нові товари.
3. Розповсюдження товарів на ринку. Стисла характеристика складових розповсюдження.
4. Основні рекламні моделі. Стисла характеристика.
5. Товарна стратегія підприємства на міжнародному ринку. Життєвий цикл товару на міжнародному ринку.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 17

1. Маркетинг. Визначення. Суть концепції та філософії маркетингу.
2. Ринок. Визначення. Типи ринку, їх стисла характеристика.
3. Типи товарів з точки зору новизни. Етапи сприйняття нового товару. Латеральний маркетинг, стратегії блакитного та червоного океанів.
4. Типи маркетингових цінових стратегій на товари-імітатори. Типові стратегії за цим показником великих, середніх та малих підприємств.
5. Види маркетингових збутових систем. Їх характеристика.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 18

1. Моделі М. Портера для аналізу конкуренції на ринку. Суть, призначення та стисла характеристика.
2. Види інтелектуальної власності, як можуть бути присутні у товарі. Їх стисла характеристика.
3. Бренд як актив підприємства. Основні відмінності між традиційним управлінням маркою та управлінням активами торгівельної марки.
4. Канали розподілу, їх функції. Рівні каналів розподілу.
5. Стратегії просування товарів підприємства. Їх характеристика. ATL, BTL, TTL кампанії.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 19

1. Базові стратегії підприємства за М. Портером. Їх характеристика та основні ризики.
2. Концепція інтегрованого товару. Трирівнева модель товару. Суть, призначення та характеристика.
3. Ціна товару. Види цін.
4. Процедура оцінювання альтернативних каналів дистрибуції.
5. Конкурентні стратегії підприємства за Ф. Котлером. Їх характеристика.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 20

1. Ланцюг створення цінності М. Портером. Суть, призначення та стисла характеристика.
2. Складові моделі ставлення споживачів до торгівельної марки.
3. Бренд. Етапи розробки бренду.
4. Продуктова стратегія підприємства. Загальна характеристика.
5. Конкуренція. Схема, що відображає зв'язок можливих ринкових ситуацій та маркетингових дій.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 21

1. Ринкова стратегія підприємства. Загальна характеристика.
2. Ринок кінцевих споживачів. Визначення. Особливості ринку.
3. BTL- та ATL-кампанії просування. Стисла характеристика.
4. Ціна як фактор стимулювання збуту.
5. Типи прихильності до торгової марки з боку споживачів. Їх характеристика та маркетингові передумови.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 22

1. Сегментації ринку як методи ведення конкурентної боротьби в сучасних умовах. Типи маркетингу та стратегії охоплення ринку.
2. Брендінг. Поняття марки, торгової марки, нейму, бренду, сильного бренду. Цінність бренду для споживача та власника. Бренд як актив підприємства.
3. Етапи життєвого циклу товару, їх характеристика.
4. Основні етапи розробки цінової стратегії підприємства.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»
Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 23

1. Порівняльна характеристика промислового та споживчого ринків.
2. Масовий, товарно-диференційований та цільовий маркетинг. Загальна характеристика та причини виникнення.
3. Підходи до формування марочної політики підприємства. Підходи щодо встановлення власника торговельної марки.
4. Фактори, що впливають на поведінку промислових споживачів. Їх характеристика.
5. Використання франчайзингу під час організації збуту підприємства. Типи, переваги та обмеження франчайзингу.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»
Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 24

1. Класифікація маркетингових досліджень. Стисла характеристика.
2. Розгорнута модель кінцевого споживача. Характеристики споживача, їх загальна характеристика.
3. Мета введення підприємством торговельних марок. Причини відмов від присвоєння товарам марочних назв.
4. Психологічні ціни. Загальна характеристика.
5. Матричні методи, що використовуються для аналізу товарного портфелю підприємства. Загальний огляд.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»
Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 25

1. Поведінка кінцевих споживачів. Мотиваційна та ситуаційна складова. Їх характеристика.
2. Трирівнева моделі товару. Її характеристика.
3. Основні питання, які визначаються під час розробки стратегії ціноутворення.
4. Показники, що використовуються для аналізу ефективності реклами.
5. Класифікаційні методи портфельного аналізу. Загальна характеристика та призначення. Умови застосування та обмеження.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 26

1. Поведінка промислових споживачів. Фактори, що впливають на поведінку промислових споживачів.
2. П'ятирівнева моделі товару. Її характеристика.
3. Основні етапи розробки товару-новинки та фактори, що впливають на цей процес.
4. Типи посередників на промисловому ринку. Їх загальна характеристика.
5. Міжнародний маркетинг. Форми бізнесу на міжнародному ринку. Необхідні умови застосування прямого або непрямого експорту.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 27

1. Індустріальний ланцюг та його вплив на маркетингу діяльність підприємств на промисловому ринку.
2. Соціокультурні фактори, що впливають на споживчу поведінку.
3. Види товарів-новинок. Ризики виведення товару на ринок та методи їх запобігання. Основні типові причини невдач при виведенні на ринок нових товарів.
4. Методи стимулювання збуту. Характеристика, цілі та умови застосування.
5. Міжнародний маркетинг. Вихід на ринок міжнародної та транснаціональної компанії.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 28

1. Попит. Властивості попиту. Схема формування ринкового попиту на споживчому ринку.
2. Основні види аналізу, які проводяться під час оцінки привабливості ринкових сегментів. Їх стисла характеристика.
3. Проблема виведення на ринок нових товарів.
4. Основні підходи до організації збутової діяльності підприємства.
5. Фактори чутливості споживача до ціни.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 29

1. Основні напрями збільшення прибутковості підприємства. Їх стисла характеристика та зв'язок із маркетинговими заходами.
2. Основні стратегії охопту ринку. Їх характеристика.
3. Зв'язок основних показників ринкового попиту із стратегіями матриці І. Ансофа.
4. Етапи ціноутворення. Їх стисла характеристика.
5. Типи маркетингу на міжнародному ринку

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 30

1. Особистісні фактори, що впливають на споживчу поведінку.
2. Прогалини попиту в стратегії компанії.
3. Стратегії ціноутворення на товари-імітатори.
4. Планування та мотивування збутового персоналу компанії.
5. Етапи розвитку реклами. Завдання реклами. Зв'язок між ступанням сприйняття реклами марки та рекламою.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 31

1. Поведінкова трактовка конкуренції. Структура маркетингових заходів по посиленню конкурентоспроможності підприємства.
2. Класифікація промислових товарів. Їх характеристика.
3. Маркетингова трактовка товару. П'ять рівнів товару.
4. Критерії оцінки результатів роботи торгового персоналу.
5. Інкотермс-2010. Стисла характеристика.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 32

1. Методологічні основи маркетингу. Зв'язок маркетингу із основними принципами оптимального управління.
2. Види регулювання ринку. Роль маркетингу у ринковому регулюванні.
3. Чиста монополія. Характеристика та вплив на маркетингові завдання.
4. Товар. Класифікація властивостей товару. Приклади.
5. Типи бізнесу залежно від переваг глобалізації/локалізації та їх вплив на маркетингову діяльність компанії.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 33

1. Процес прийняття рішення споживачем. Етапи та моделі, їх стисла характеристика.
2. Специфіка попиту на споживчому та промисловому ринку. Фактори, що стимулюють промисловий ринок до глобалізації.
3. Чиста конкуренція. Характеристика та вплив на маркетингові завдання.
4. Фактори, що визначають чутливість споживача до ціни.
5. П'ятирівнева модель товару. Суть та характеристика.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 34

1. Методологічні основи маркетингу. Зв'язок маркетингу із основними положеннями теорії ринкової конкуренції.
2. Роль маркетингу в плануванні діяльності підприємства.
3. Ринковий попит. Показники попиту як основа вибору маркетингової стратегії компанії.
4. Основні заходи цільового маркетингу. Типи маркетингу та стратегій охопту ринку.
5. Типи організаційних структур відділу маркетингу.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 35

1. Основні ринкові сили, які призвели до виникнення маркетингу як теорії та практики діяльності комерційних підприємств. Основні трактовки маркетингу.
2. Стратегії конкурентної боротьби за Л.Г. Раменським та А.Ю. Юдановим.
3. Етапи сприйняття нового товару. Ціноутворення на нові товари.
4. Типи маркетингового контролю, їх стисла характеристика.
5. Маркетинговий менеджмент. Типи маркетингового контролю.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 36

1. Еволюція та основні етапи розвитку маркетингу та їх характеристика.
2. Стратегічна модель М. Портера. Її вид та стисла характеристика.
3. Монополістична конкуренція. Характеристика та вплив на маркетингові завдання.
4. Цілі та стратегії ціноутворення на нові товари.
5. Ринкове позиціонування на міжнародному ринку.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 37

1. Основні трактовки маркетингу. Їх характеристика.
2. Олігополістична конкуренція. Характеристика та вплив на маркетингові завдання.
3. Причини введення та відмови від введення брендів.
4. Рівні впливу комплексу маркетингових комунікацій на поведінку споживача.
5. Поняття ефективної частоти в рекламі. Її зв'язок із психологічними особливостями споживача та медіа-плануванням.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 38

1. Портфель брендів. Типи марок в межах товарного портфелю.
2. Методика аналізу маркетингового середовища підприємства.
3. Ринкове позиціонування. Суть, визначення, основні етапи. Карти сприйняття як інструмент маркетингового аналізу конкурентних позицій марки на ринку.
4. Основні компоненти ставлення споживача до торговельної марки. Їх стисла характеристика.
5. Моделі сегментації споживчого ринку.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 39

1. Класифікація моделей брендингу.
2. Види цін в маркетингу.
3. Цілі продавця на різних етапах відносин с покупцем.
4. Латентний, вірусний маркетинг, мерчандайзинг. Сутність та стисла характеристика.
5. Конкурентні стратегії компанії на міжнародному ринку.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 40

1. Стисла характеристика моделей побудови бренду
2. Характеристика основних маркетингових цінових стратегій фірми.
3. Класифікації роздрібних торговців на споживчому ринку.
4. Виставки та спонсорство. Сутність та стисла характеристика.
5. Цінова стратегія підприємства на міжнародному ринку.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 41

1. Стисла характеристика моделей оцінки вартості бренду.
2. Класифікація методів ціноутворення.
3. Основні етапи процесу управління збутом на підприємстві.
4. Прямий маркетинг. Сутність, види, їх характеристика.
5. Організація служби маркетингу на промисловому ринку.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 42

1. Ринкова пропозиція. Сутність, властивості, вплив на маркетинг діяльність підприємства. .
2. Стисла характеристика моделей управління брендом.
3. Встановлення ціни в межах товарного асортименту.
4. Основні етапи процесу продажу.
5. Особистий продаж. Сутність, підходи до проведення, методи підведення споживача до покупки. Мережений маркетинг.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 43

1. Матриця Дж. Саймана. Сутність та застосування у маркетингу.
2. Стисла характеристика моделей оцінки вартості бренду.
3. Типи продавців. Психологічні типи продавців.
4. Базові правила формування візуального рекламного звернення.
5. Складання маркетингового плану підприємства. Стисла характеристика.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 44

1. Стисла характеристика моделей управління брендом.
2. Методи встановлення угод.
3. Основні етапи процесу продажу. Типи продавців. Психологічні типи продавців.
4. Види комунікативних моделей та політик, що можуть використовуватися підприємством.
5. Систем ринкових стратегій підприємства. Стисла характеристика.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КПІ»

Спеціальність 6.030507 «Маркетинг»

Навчальний предмет: Фундаментальний маркетинг

Екзаменаційний білет № 45

1. Методологічні основи маркетингу. Товар, ринок, споживач. Елементи, якими може маніпулювати підприємство за рахунок маркетингових заходів.
2. Концепція життєвого циклу ринку. Сутність, характеристика основних етапів.
3. Види синергізму та їх використання в маркетинговій діяльності підприємства.
4. Класифікація елементів комплексу маркетингових комунікацій. Приклади.
5. Класифікаційні методи управління товарним портфелем. Перелік та стисла характеристика.

Затверджено на засіданні кафедри промислового маркетингу

Протокол № 20 від 14.06.2012

Зав. кафедрою _____ /проф. Солнцев С.О./ Екзаменатор доц. Зозульов О.В. _____
