

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ “КПІ”**

Спеціальність 6.030507 “Маркетинг”

Навчальний предмет: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 1**

1. Промисловий маркетинг. Суть, визначення та завдання. Природа споживчої поведінки на промисловому ринку.
2. Структура заходів по посиленню конкурентоспроможності промислового підприємства в ринкових умовах.
3. Мікрозмінні сегментування промислового ринку. Перелік та стисла характеристика.
4. Гіпотези, що лежать в основі матриці Бостонської консалтингової групи.
5. Олігополістична конкуренція та маркетингові завдання 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 2**

1. Попит. Генезис та види попиту. Структура попиту. Система показників, що характеризують рівень ринкового попиту. Залежність між ринковою часткою компанії та витратами на її отримання.
2. Модель споживчої поведінки на промисловому ринку Baygrid.
3. Критичні фактори успіху (CSF). Суть, визначення, перелік.
4. Обмеження матриці Бостонської консалтингової групи.
5. Тактика ринкового позиціонування. Типи позиціонування марки на 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 3**

1. Особливості державного ринку.
2. Методика аналізу маркетингового середовища промислового підприємства.
3. Основні засади для позиціонування на промисловому ринку.
4. Вибір стратегії розвитку фірми. Показники попиту та їх зв'язок із матрицею І. Ансофа.
5. Ланцюг формування вартості за М. Портером та його вплив на маркетингову стратегію промислового 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 4**

1. Принципи оптимального управління в маркетингу. Схема зі зворотнім зв'язком в маркетингу.
2. Проведення переговорів та розробка контракту на промисловому ринку.
3. Методи сегментації ринку. Їх стисла характеристика.
4. Матриця росту Хассі. Вид, характеристика, призначення.
5. Матриця „диференціація-лідерство за витратами”. Вид, топологія та використання для розробки маркетингової стратегії промислового 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 5**

1. Класифікаційні методи аналізу товарного портфелю промислового підприємства.
2. Переваги та недоліки централізованої та децентралізованої структури відділу закупівель.
3. Цілі, завдання та основні етапи сегментації ринку.
4. Стратегія спеціаліста /заняття ринкової ніші/.
5. Фактори, що впливають на ціноутворення 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 6**

1. Ризик. Типи ризиків, з якими може зіткнутися промислове підприємство. Методи нівелювання ризиків.
2. Основні етапи прийняття рішень про закупівлю.
3. Базовий ринок. Макросегментація ринку.
4. Інтегративні стратегії росту. Види, умови застосування, стисла характеристика.
5. Етапи позиціонування на промисловому ринку, 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 7**

1. Вплив органів влади на діяльність підприємств на промисловому ринку. Види тарифних та нетарифних бар'єрів.
2. Проведення рейтингу постачальників промислового підприємства.
3. Оцінка привабливості ринку (сегментів). Види аналізів, що застосовуються, їх стисла характеристика.
4. Стратегії захвату ринкової ніші, їх види та характеристика.
5. Методи ціноутворення на промисловому ринку. 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 8**

1. Стратегії маневрування. Види, умови застосування, стисла характеристика.
2. Мотивація споживачів на споживчому та промисловому ринках. Стисла характеристика.
3. SWOT-аналіз. Цілі, завдання та методика проведення.
4. Матриця БКГ. Призначення, характеристика основних топологічних зон. Основні сценарії розвитку у матриці БКГ
5. Особливості організації збутової діяльності 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 9**

1. Методологічні основи промислового маркетингу. Стисла характеристика основних етапів.
2. Модель поведінки промислового споживача Sheth. Її характеристика.
3. Стратегії ринкового позиціонування.
4. Матриця Карлефа-Естблума. Її вид, характеристика та призначення.
5. Основні етапи встановлення формування цінової політики 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 10**

1. Кооперативні стратегії підприємства. Їх види та стисла характеристика.
2. Модель поведінки промислового споживач Dyadic Model. Її характеристика.
3. Етапи розвитку маркетингових поглядів щодо диференціації потреб споживачів.
4. Матриця Дж. Саймона. Топологія та використання.
5. Фактори, що впливають на встановлення 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 11**

1. Моделі поведінки промислового споживача. Стисла характеристика.
2. Основні етапи процесу постачання.
3. Поведінковий підхід до аналізу конкуренції. Шляхи, підходи, методи, інструменти посилення конкурентних переваг промислових підприємств.
4. Матриця General Electric (McKinsey). Вид, топологія, характеристика. Переваги та обмеження.
5. Функціональний конфлікт на промисловому підприємстві під час стратегічного планування.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 12**

1. Основні підходи до створення моделей споживчої поведінки на промисловому ринку.
2. Розробка заявок та складання рейтингу постачальників. Етапи, характеристика.
3. Критерії ефективності сегментації ринку.
4. Категорійний менеджмент. Сутність, принципи, організація і проведення.
5. Моделі сегментації споживчого ринку, 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 13**

1. Незалежні стратегії фірми у маркетинговому середовищі. Їх види та стисла характеристика.
2. Оцінка ефективності роботи з постачальниками.
3. Сегментація міжнародних ринків.
4. Стратегії росту. Їх стисла характеристика.
5. Види та елементи системи стратегічного планування на промисловому 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 14**

1. Класифікація промислових товарів. Характеристика основних класів товарів.
2. Організаційна структура відділу постачання на промисловому підприємстві.
3. Тактика ринкового позиціонування промислових товарів на споживчому ринку.
4. Стратегія росту через диверсифікацію. Стисла характеристика та види стратегій.
5. Аналіз портфеля продуктів. Загальна характеристика методів, що застосовуються.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 15**

1. Складові промислового ринку. Їх стисла характеристика.
2. Етапи процесу закупівлі на промисловому ринку.
3. Типи цільового маркетингу. Стратегії обхвату базового ринку. Їх стисла характеристика та умови доцільності застосування.
4. Стратегія наслідування лідера. Характеристика, переваги, обмеження. Умови застосування.
5. Ціноутворення на інноваційні товари. Характеристика основних стратегій.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 16**

1. Порівняльна характеристика промислового та споживчого ринків.
2. Мікросегментування. Основні етапи. Підходи до сегментації ринків. Їх характеристика, генезис, умови застосування.
3. Брендинг продукції промислового призначення. Поняття марки, товарного знаку, нейму, бренду та сильного бренду. Етапи формування бренду.
4. Фактори, що стимулюють промисловий ринок до глобалізації. Їх стисла характеристика.
5. Фактори чутливості споживачів 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 17**

1. Особливості попиту на промисловому ринку.
2. Фрагментовані галузі. Загальна характеристика, стратегії фірми та методи подолання фрагментації.
3. Проведення переговорів з постачальниками.
4. Методи сегментації ринку. Види, загальна характеристика та математична сутність.
5. Диференціація товарів на ринку. Методи реалізації диференціації.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 18**

1. Типи бізнесу в залежності від переваг глобалізації та локалізації. Види маркетингової активності в залежності від специфіки національних ринків промислової продукції.
2. Модель споживчої поведінки на промисловому ринку Webster&Wind. Її стисла характеристика.
3. Методи прогнозування ринкового попиту на промисловому ринку.
4. Матриця DPM (Shell). Загальна характеристика та напрями використання.
5. Новоутворенні галузі. Характеристика. Стратегії. Основні пастки.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 19**

1. Характеристика ринку реселлерів.
2. Основні етапи процесу закупівлі на промисловому підприємстві.
3. Зв'язок маркетингової стратегії промислового підприємства із економічними показниками його діяльності.
4. Консолідація ринку. Показники консолідації та монополізації ринків.
5. Класифікація цілей підприємства за І. Ансофом.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 20**

1. Структурна трактовка конкуренції. Стисла характеристика та зв'язок із маркетинговою стратегією промислового підприємства.
2. Прийняття рішень про закупівлю. Стисла характеристика основних етапів.
3. Модель сегментації промислового ринку. Її вид та характеристика.
4. Стратегія диференціації. Її характеристика, умови застосування, переваги та обмеження.
5. Рівні стратегічного планування 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 21**

1. Промисловий ринок. Основні розбіжності між промисловим та споживчим ринками.
2. Закупівельні центри. Сутність, характеристика, цілі та умови створення на промисловому підприємстві.
3. Позиціонування товарів на промисловому ринку.
4. Базові стратегії за Портером. Стратегічна модель М. Портера.
5. Зрілі галузі. Особливості конкуренції. Стратегії фірми.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 22**

1. Принципи системного аналізу, що використовуються для розробки маркетингової стратегії промислового підприємства. .
2. Традиційний підхід та підхід “точно в строк” до закупівлі матеріалів.
3. Карти стратегічних груп. Вид, цілі та умови застосування. Методи побудови.
4. Стратегія виклику лідеру. Сутність, характеристика, види імплементаційних стратегій, умови використання.
5. Роль маркетингу у процесі стратегічного планування.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 23**

1. Особливості попиту на промисловому ринку. Індустріальний ланцюг та попит.
2. Основні документи відділу постачання. Перелік та стисла характеристика.
3. Позиціонування промислових товарів на міжнародному ринку. .
4. Етапи життєвого циклу ринку, товару та бренду. Їх стисла характеристика та взаємозв'язок.
5. Стратегії ціноутворення на товари-імітатори 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 24**

1. Структура споживачів на промисловому та споживчому ринках.
2. Критерій прийняття рішень про закупівлю на промисловому ринку. Їх стисла характеристика.
3. Позиціонування. Визначення. Основні етапи позиціонування на промисловому та споживчому ринках.
4. Кластерний та мережений механізм посилення конкурентних позицій промислових підприємств. Сутність та стисла характеристика.
5. Монополістична конкуренція та маркетингові завдання 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 25**

1. Технологічні уклади, індустріальний ланцюг та їх вплив на маркетингову політику промислового підприємства.
2. Підходи до управління малими замовленнями.
3. Етапи позиціонування. Їх стисла характеристика.
4. Економіко-математичні методи аналізу товарного портфелю промислового підприємства.
5. Стратегія конкуренції у глобальних галузях.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 26**

1. Стратегія конкуренції у галузях, що занепадають.
2. Специфікація на промисловий товар. Суть, вид, призначення. Розробка специфікації продуктів.
3. Завдання сегментації на різних етапів життєвого циклу промислового товару.
4. Ризик у базових стратегіях.
5. Тактика ціноутворення 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 27**

1. Попит. Генезис та види попиту. Класифікація потреб за Кейнсом та Еботом.
2. Життєвий цикл промислового товару. Види ЖЦТ на внутрішньому та міжнародному ринках.
3. Основні помилки, що виникають під час ринкового позиціонування. Їх стисла характеристика.
4. Стратегія інтенсивного росту в межах базового ринку. Сутність, види, характеристика.
5. Методи оцінки конкурентних переваг промислового підприємства на 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 28**

1. Методика аналізу конкуренції. Основні етапи.
2. Аналіз ефективності ринкового позиціонування.
3. Модель покомпонентного аналізу конкурентів за М. Портером.
4. Стратегія лідера. Сутність, імплементація, умови застосування.
5. Порівняльний аналіз основних напрямів підвищення прибутковості діяльності промислового 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 29**

1. Система показників рівня ринкового попиту на промисловому ринку.
2. Підхід “точно в строк” при закупівлі матеріалів. Його характеристика та зв'язок із маркетинговою стратегією промислового підприємства.
3. Модель М. Портеру аналізу конкуренції в галузі.
4. Системи класифікації та кодування товарів.
5. Види стратегій, з якими має визначитися маркетолог на промисловому ринку. Загальна 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 30**

1. Типи маркетингу, які може використовувати підприємство. Їх характеристика.
2. Карта сприйняття як методу пошуку інноваційних ідей компанією. Методи побудови карт сприйняття.
3. Основні засади, з якими має визначитися маркетолог для кожного ринкового сегменту.
4. Конкурентні стратегії підприємства. Види та загальна характеристика.
5. Чиста конкуренція та маркетингові завдання 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 31**

1. Матриця ADL та модель Хофера-Шенделя. Вид, сутність, застосування.
2. Пошук нових сегментів. Основні питання.
3. Методи структурного аналізу ринку. Їх стисла загальна характеристика.
4. Чотири стадії диверсифікації компанії. Стисла характеристика. Переваги та недоліки диверсифікації.
5. Фактори, що впливають на поведінку споживача 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 32**

1. Диверсифікація та її види. Причина, за якими підприємства займаються диверсифікацією.
2. Позичування торговельних закладів.
3. Фактори, що впливають на процес стратегічного планування. Фактори успіху по Маккінзі в діяльності промислової компанії.
4. ABC-метод аналізу привабливості ринкових сегментів.
5. Чиста монополія та маркетингова політика підприємства. Стратегії ціноутворення.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 33**

1. Генеза та особливості ринкового попиту на промисловому ринку
2. Історичні аспекти сегментації ринку. Типи маркетингу. Фактори, що впливають на зміну підходів до роботи із потенційними споживачами.
3. Ринкове позиціонування. Система стратегій ринкового позиціонування. Класифікація, взаємозв'язок, стисла характеристика.
4. Основні показники монополізації ринку. Їх стисла характеристика. Переваги та недоліки в ринку консолідації галузевих ринків.
5. Види синергізму, що можуть виникнути на промисловому підприємстві, 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 34**

1. Особливості маркетингового середовища промислового підприємства. Макро, мезо та мікро середовище.
2. Ринкове позиціонування промислової продукції на міжнародному ринку.
3. Моделі промислового товару (трьох- та п'ятирівневого). Їх сутність, характеристика та взаємозв'язок.
4. Теоретичні основи формування оптимальності у діяльності промислового підприємства. Стисла характеристика основних положень.
5. Види торгівельних посередників на промисловому ринку. 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 35**

1. Зв'язок маркетингової стратегії промислового підприємства із основними положеннями теорії ринкової конкуренції.
2. Основні етапи ціноутворення на промислову продукцію.
3. Основні шляхи посилення конкурентних позицій промислового підприємства. Їх стисла характеристика.
4. Ринкове позиціонування торгівельного підприємства.
5. Види синергії, які виникають на промисловому підприємстві. 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 36**

1. Зв'язок основних положень економічної теорії із формування маркетингової стратегії промислового підприємства.
2. Класифікація споживчих товарів. Стисла характеристика основних класів.
3. ABC аналіз як інструмент аналізу привабливості ринкових сегментів.
4. Рівні прибутковості бізнесу в залежності від рівня вхідних та вихідних бар'єрів.
5. Просування промислових товарів. Типи стратегій та особливості проведення.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 37**

1. Моделі побудови бренду промислових товарів. Стисла характеристика.
2. Методи структурного аналізу конкурентів на ринку. Стисла характеристика.
3. Порівняльна характеристика сегментація споживчого та промислового ринків.
4. Товарні стратегії на промисловому ринку. Види та стисла характеристика.
5. Життєвий цикл фірми за Юдановим-Раменським та його зв'язок із маркетинговою стратегією 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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 38**

1. Криві масштабу та досвіду. Їх стисла характеристика та зв'язок із маркетинговою стратегією промислового підприємства.
2. Моделі оцінки вартості брендів промислових товарів. Стисла характеристика.
3. Методи структурного аналізу споживачів на ринку. Стисла характеристика.
4. Типи підприємств та відповідні їм конкурентні стратегії за Юдановим-Раменським. Вид, стисла характеристика.
5. Матриця Хінтерхубера. Вид, використання для аналізу стратегічно ядра підприємства. Зв'язок стратегічного ядра підприємства із ядром компетентності.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 39**

1. Види обмінів на промисловому ринку. Їх стисла характеристика.
2. Ретроспективний аналіз основні етапів конкурентної боротьби та їх характеристика.
3. Модель вибору постачальника на промисловому ринку.
4. Моделі управління брендом промислових товарів. Стисла характеристика.
5. Глобалізація та інтернаціоналізація. Сутність та її вплив на маркетингову стратегію вітчизняних підприємств.

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: Маркетинг промислового підприємства

**Екзаменаційний білет № 40**

1. Системи класифікації галузей національних економік. Їх стисла характеристика.
2. Методи посилення конкурентоспроможності промислового підприємства. Стислий огляд. Аутсорсинг як метод посилення конкурентоспроможності підприємства.
3. Мережі підприємств як суб'єкт конкурентної боротьби промислових підприємств в умовах глобалізації.
4. „Детройтська” та „Голівудська” моделі організація бізнесу та їх вплив на маркетингу діяльність підприємства.
5. Особливості формування товарної стратегії 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.

---