

## **КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ**

1. Місце маркетингу в загальній структурі менеджменту.
2. Виникнення маркетингу в процесі розвитку ринкових відносин.
3. Концепції ведення бізнесу.
4. Визначення маркетингу.
5. Функціональні завдання маркетингу.
6. Ринок, інфраструктура ринку, діяльність підприємства в ринкових умовах.
7. Базові поняття маркетингу.
8. Основні етапи маркетингової діяльності.
9. попит. Генезис попиту.
10. Показники попиту.
11. Пропозиція.
12. Конкуренція та її види.
13. Показники пропозиції.
14. Типи конкуренції на ринку.
15. Модель п'яти сил Портера для аналізу конкуренції на ринку.
16. Модель по компонентного аналізу конкурентів Портера.
17. Еластичність попиту за ціною. Поняття, показники.
18. Ринок кінцевих споживачів. Визначення та особливості.
19. Промисловий ринок. Визначення та особливості.
20. Порівняльна характеристика промислового та споживчого ринків.
21. Фактори еластичності попиту за ціною.
22. Фактори еластичності пропозиції за ціною.
23. Методологічні засади маркетингової діяльності.
24. Зв'язок системного аналізу із маркетинговою діяльністю.
25. Філософські засади маркетингової діяльності..
26. Філософські проблеми, пов'язані із здійсненням маркетингової діяльності.
27. Ринкова кон'юнктура. Співвідношення попиту та пропозиції.
28. Формування ринкової стратегії. Етапи.
29. Формування продуктової стратегії. Складові
30. Показники ефективності маркетингової діяльності.