

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Ректор «ДЗ Луганський національний
університет імені Тараса Шевченка»
С.В. Савченко



ПРОГРАМА

**фахового вступного випробування
спеціальність – 075 «Маркетинг»**

**Освітній ступінь – бакалавр (зі скороченим терміном навчання)
на 2021-2022 н.р**

1. Сутність та ключова ідея маркетингу. Основні категорії маркетингу.
2. Зміст маркетингових функцій.
3. Поняття «попит» та «пропозиція».
4. Визначення ринку та його типи з погляду маркетингу.
5. Що являє собою «комплекс маркетингу»?
6. У чому полягає сутність та структура маркетингового середовища?
7. Що являє собою «маркетингове дослідження»?
8. Зміст, переваги та недоліки первинних та вторинних даних у маркетингу.
9. Основні етапи та методи проведення маркетингового дослідження.
10. «Сегментація ринку» та критерії сегментації споживчого ринку та ринку організацій.
11. Основні стратегії сегментації (охоплення) ринку.
12. Зміст та завдання позиціонування товару на ринку.
13. Що являє собою товар (продукт)?
14. Типи товарів з точки зору маркетингу.
15. Сутність товарного асортименту.
16. Що таке ширина, глибина та насиченість товарного асортименту?
17. Що таке «життєвий цикл товару»?
18. У чому полягає зміст основних етапів життєвого циклу товару?
19. «Товар-новинка» та основні стадії процесу його створення.
20. Що таке «ціна» товару?
21. Які основні цілі ціноутворення?
22. Що являє собою «цінова еластичність попиту»?
23. Які існують маркетингові цінові стратегії?
24. «Розподіл» товару, основні функції розподілу та типи каналів розподілу.
25. Що таке «логістичний маркетинг»?
26. У чому полягає зміст маркетингових стратегій розподілу?

27. Роль просування товару та основні елементи комплексу просування.

28. Що таке «канал комунікацій»?

29. Що таке «реклама» та «PR»?

30. Новітні види маркетингу: цифровий, дитячий, нейромаркетинг.

Список літератури:

1. Баннев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark048.htm>

2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/276-marketing-pdprimstva-balabanova-lv.html>

3. Гаркавенко С.С. Маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/270-marketing-garkavenko-ss.html>

4. Котлер Ф. Основы маркетинга. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark015.htm>

5. Кравченко О. А. Мікроекономіка: теорія і практикум: навчальний посібник / О. А. Кравченко. – Одеса : Астропринт, 2014. – 255 с.

6. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uchebnik-online.net/book/633-marketing-navchalnij-posibnik-pavlenko-a-f-vojchak-a-v.html>

7. Эриашвили Н.Д. Маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark022.htm>