

**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

**Кафедра міжнародного туризму та країнознавства**

**Методичні рекомендації з організації самостійної роботи студентів**  
**з дисципліни «Маркетинг»**

**Спеціальність: 242 «Туризм»**

Укладач: доцент Беркова О.П.

Київ - 2018

## Модуль №1 «Теоретичні основи маркетингу»

### Тема 1.1.

Тема: «Сутність маркетингу та його сучасна концепція»

Питання (завдання) для самостійної роботи

1. Охарактеризувати історичні передумови виникнення маркетингу.
2. В чому полягає сутність маркетингу? Розгляньте визначення поняття за різними підходами.
3. Дати визначення основних понять маркетингу: «потреба», «попит», «обмін», «угода», «ринок», «комплекс складових маркетингу».
4. Які основні цілі та принципи маркетингу?
5. Назвіть основні види маркетингу залежно від сфери і масштабів діяльності, виду продукту, послуг.
6. Обґрунтуйте основні концепції діяльності підприємства на ринку.

Література:

1. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посібник / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О. О. Решетняк. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 400 с.
2. Алексунин В. А. Маркетинг :навч. посібник / В.А. Алексунин. – М.: Издательский дом «Дашков и Ко», 2009. – 1072 с.

Методичні рекомендації:

Слід звернути увагу на історію розвитку маркетингу. Визначення сутності маркетингу. Предмет маркетингу як навчальної дисципліни.

### Тема 1.2.

Тема: «Маркетинговий менеджмент»

Питання (завдання) для самостійної роботи:

1. В чому полягає суть маркетингу як циклічного і безперервного процесу?
2. Які функції маркетингу Ви знаєте?
3. Охарактеризуйте внутрішнє середовище підприємства.
4. Дайте пояснення зовнішньому макросередовищу та мікросередовищу підприємства.
5. Які елементи мікросередовища існують в теорії маркетингу? Дайте їм характеристику.
6. Поясніть практичне застосування основних факторів макросередовища.

Література

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг :підруч. / С.С. Гаркавенко. – [5-те вид., допов.]. - К. :Лібра, 2007. - 720 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с..

Методичні рекомендації

Звернути увагу на суть та роль маркетингу, його основні функції, особливості внутрішнього та зовнішнього макросередовища і мікросередовища підприємства.

### Тема 1.3.

Тема: «Вивчення потреб і поведінки споживачів й вибір цільових сегментів ринку»

Питання (завдання) для самостійної роботи

1. Які основні ознаки класифікації потреб суб'єктів ринку?

2. Які фактори впливають на поведінку покупців?
3. Охарактеризуйте етапи прийняття рішення про придбання товару.
4. Зазначте особливості прийняття рішень щодо придбання товарів для потреб підприємства.
5. Дайте пояснення сутності та принципам сегментації покупців споживчих товарів: соціально-економічний, географічний, культурно-демографічний.
6. Назвіть особливості ознаки сегментації ринку покупців-підприємств: географічний, галузевий, за системою організації закупівель, за обсягами замовлень.

#### Література

1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підруч. / Л.В. Балабанова. – [2-ге вид., перероб. і допов.]. - К.: Знання-Прес, 2016. - 645 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підруч. / С.С. Гаркавенко. – [5-те вид., допов.]. - К.: Лібра, 2007. - 720 с.

#### Методичні рекомендації

Звернути увагу на основні ознаки класифікації потреб суб'єктів ринку; етапи прийняття рішення про придбання товару. Вміти аналізувати сутність та принципи сегментації покупців споживчих товарів.

#### Тема 1.4.

Тема: «Комунікаційна політика в системі маркетингу»

#### Питання (завдання) для самостійної роботи

1. Охарактеризуйте значення, місце, цілі, завдання системи маркетингових комунікацій.
2. Визначте характерні особливості елементів системи маркетингових комунікацій.
3. Розкрийте фактори, що визначають структуру комунікаційних заходів щодо просування товарів: тип ринку, вид стратегії збуту, ступінь інформованості покупців.
4. Яка головна роль реклами?
5. Розкрийте процес вибору носіїв рекламних оголошень.
6. Дайте характеристику основним засобам зв'язків з громадськістю.
7. Які існують напрями здійснення стимулювання збуту?

#### Література

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підруч. / С.С. Гаркавенко. – [5-те вид., допов.]. - К.: Лібра, 2007. - 720 с.
2. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. / Т.І. Лук'янець. - К.: КНЕУ, 2014. - 380 с.

#### Методичні рекомендації

Варто звернути увагу на значення, місце, цілі, завдання системи маркетингових комунікацій. Вміти розрізняти характерні особливості елементів системи маркетингових комунікацій, аналізувати ключову роль реклами та інших засобів масової інформації.

## **Модуль №2 «Організація контролю та маркетингової діяльності підприємства»**

### **Тема 2.1**

Тема: «Товарна політика в системі маркетингу»

Питання (завдання) для самостійної роботи

1. Розкрийте сутність товару і товарної одиниці.
2. Які основні ознаки класифікації товарів і послуг?
3. Дайте характеристику особливостям споживчих товарів, товарів виробничого призначення, послуг.
4. Поясніть зміст поняття номенклатури продуктів, товарного асортименту.
5. Охарактеризуйте концепцію життєвого циклу товару.
6. Назвіть основні етапи життєвого циклу товару та основні етапи розроблення нових продуктів.
7. Що являє собою торгова марка?
8. Дайте визначення поняттям «конкурентоспроможність», «позиціонування товару на ринку».

Література

1. Хершген Х. Маркетинг: основи професійного успіху : учебник для ВУЗов: Пер. с нем. / Х. Хершген. – М. : ИНФРА-М, 2010.- 456с.
2. Лук'янов В. О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. / Лук'янов В. О., Мунін Г. Б. – К. : Кондор, 2012. – 336 с.

Методичні рекомендації

Зрозуміти в чому полягає сутність товару і товарної одиниці, вміти давати характеристику особливостям споживчих товарів, товарів виробничого призначення, послуг; концепції життєвого циклу товару; розрізняти поняття «конкурентоспроможність», «позиціонування товару на ринку».

### **Тема 2.2.**

Тема: «Політика розповсюдження в системі маркетингу»

Питання (завдання) для самостійної роботи

1. Яке значення, основні цілі, завдання політики розповсюдження в системі маркетингу?
2. Що таке «канал розподілу», які його функції?
3. Які існують види маркетингових систем розповсюдження?
4. Опишіть маркетингові рішення щодо структури каналу розподілу.
5. Назвіть основні типи підприємств оптової та роздрібною торгівлі.
6. Які існують методи розповсюдження послуг?
7. Назвіть види та особливості посередників у виробничій та невиробничій галузях.

Література

1. Белявцев М. І. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. / М. І. Белявцев, Г. Д. Леонова, А. М. Зайцева. – Донецьк : Норд-Прес, 2010. – 279 с.
2. Бурковська А. В. Маркетинговий аудит : навч. посіб. / А. В. Бурковська. – К. : ЦУЛ, 2014. – 208 с.

Методичні рекомендації

Запам'ятати в чому полягає суть політики розповсюдження в системі маркетингу. Вміти розрізнати види маркетингових систем розповсюдження; види та особливості посередників у виробничій та невиробничій галузях.

### **Тема 2.3.**

**Тема: «Стратегії маркетингу підприємства»**

Питання (завдання) для самостійної роботи

1. В чому полягає сутність стратегій маркетингу?
2. На прикладах поясніть застосування стратегічного аналізу стану підприємства на ринку.
3. Які ключові фактори успіху в бізнесі?
4. Дайте визначення поняттям внутрішньої та зовнішньої конкурентної переваги.
5. Які варіанти поведінки підприємства існують на ринку залежно від конкурентної ситуації?
6. Що являє собою маркетингова стратегія підприємства?
7. Охарактеризуйте основні моделі прийняття стратегічних рішень.

Література

1. Лук'янець Т.И. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. / Т.И. Лук'янець. - К.: КНЕУ, 2014. - 380 с.
2. Маркетинг: ситуаційні вправи: [навч. посіб.] / Упоряд.: О.І.Сидоренко, П.С.Редько. – [2-ге вид.]. – К.: Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2004. – 430с.

Методичні рекомендації

Розуміти сутність стратегій маркетингу. Вміти пояснити на прикладах застосування стратегічного аналізу стану підприємства на ринку. Звернути увагу на особливості маркетингової стратегії підприємства та відповідних моделей прийняття стратегічних рішень.

### **Тема 2.4.**

**Тема: «Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства»**

Питання (завдання) для самостійної роботи

1. В чому полягає сутність маркетингу як функціональної системи управління підприємством?
2. Дайте пояснення сутності і основним завданням організації служби маркетингу на підприємстві.
3. Які існують служби маркетингу?
4. Назвіть основні вимоги до побудови організаційних служб маркетингу.
5. Охарактеризуйте основні види організаційних структур управління маркетингом на підприємствах, їх переваги й недоліки.
6. Проаналізуйте особливості функціональної, товарної, географічної, ринкової та матричної організаційної структури.
7. Дайте пояснення маркетинговому контролю за виконанням планів і у відповідності результатів діяльності підприємства обраній стратегії.

Література

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг :підруч. / С.С. Гаркавенко. – [5-те вид., допов.]. - К. :Лібра, 2007. - 720 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.

### Методичні рекомендації

Необхідно запам'ятати в чому полягає суть маркетингу як функціональної системи управління підприємством, розрізнять сутність та основні завдання організації служби маркетингу на підприємстві; принципи та умови ефективної діяльності; основні вимоги до побудови організаційних служб маркетингу.