

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
КАФЕДРА АВІАЦІЙНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ Помиткіна Л.В.

(підпис)

(ПІБ)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 р.

**ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № \_\_\_\_\_**

Дисципліна «Психологічні закономірності маркетингових процесів»

1. Опишіть історію брендингу.
2. Охарактеризуйте особливості вимірювання впливу реклами.

Питання до екзамену розглянуті та схвалені на засіданні кафедри  
Протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 р.

Викладач: \_\_\_\_\_

О.М.Лич  
підпис

## Питання до екзамену

### Перелік типових питань до екзамену

1. Охарактеризуйте поняття маркетингу та його базові складові.
2. Розкрийте роль потреби як ключового поняття маркетингового процесу.
3. Розкрийте роль бажання як ключового поняття маркетингового процесу.
4. Розкрийте роль попиту як ключового поняття маркетингового процесу.
5. Розкрийте роль продукту як ключового поняття маркетингового процесу.
6. Розкрийте роль обміну як ключового поняття маркетингового процесу.
7. Розкрийте роль угоди як ключового поняття маркетингового процесу.
8. Розкрийте роль ринку як ключового поняття маркетингового процесу.
9. Надайте характеристику комплексу «4Р» у маркетингу.
10. Опишіть ознаки системності (комплексності) маркетингового інструментарію.
11. Опишіть складові «маркетинг-міксу» (автор поняття Нейл Борден).
12. Перерахуйте компоненти «комплексу маркетингу» («5Р», «6Р» тощо).
13. Опишіть оточуюче середовище маркетингу.
14. Опишіть мікросередовища маркетингу.
15. Розкрийте роль постачальника як частини мікросередовища маркетингу.
16. Перерахуйте маркетингових посередників (торгові посередники, посередники з організації товароруху, агентства з надання маркетингових послуг) як частини мікросередовища маркетингу.
17. Розкрийте роль фінансових установ як частини мікросередовища маркетингу.
18. Розкрийте роль державних установ як частини мікросередовища маркетингу.
19. Розкрийте роль громадянських груп дій як частини мікросередовища маркетингу.
20. Назвіть основні принципи маркетингу.
21. Назвіть цілі маркетингу.
22. Опишіть етапи еволюції маркетингового управління.
23. Як ви розумієте поняття «масовий маркетинг»?
24. Як ви розумієте поняття «товарно-диференційований маркетинг»?
25. Як ви розумієте поняття «цільовий маркетинг»?
26. Охарактеризуйте загальний підхід до сегментування ринку.
27. Назвіть змінні сегментування.
28. Опишіть сегментування за географічним принципом.
29. Опишіть сегментування за демографічним принципом.
30. Опишіть значення віку як змінної сегментування.