

Іспит

Під час іспиту потрібно підключитись у Zoom. Далі у Google Classroom ви отримаєте посилання на білети у форматі Google Docs. Виконувати завдання ви будете у цьому ж файлі.

Екзаменаційне завдання буде складатись з 3 завдань:

Завдання	Кількість балів	Разом
2 теоретичних запитання	По 12 балів	24 бали
1 практичне завдання	16 балів	16 балів
Разом		40 балів

Теоретичні запитання будуть з переліку питань до іспиту.

Практичне завдання являє собою представлення певної управлінської проблеми, яку потрібно вирішити за допомогою маркетингового дослідження. Ваше завдання запропонувати план маркетингового дослідження. Підібрати відповідні види дослідження, методи, методики та техніки, аргументувати, чому саме вони. Детально описати процедуру збору інформації.

Питання до іспиту:

1. Сутність поняття маркетингу. Мета, завдання, функції маркетингу
2. Зовнішнє та внутрішнє маркетингове середовище компанії
3. SWOT- та SNW- аналіз
4. PEST та PESTEL, ETOM-аналіз
5. Види маркетингових досліджень
6. Бриф маркетингового дослідження
7. Програма маркетингового дослідження
8. Кабінетні дослідження. Джерела вторинної інформації
9. Якісні маркетингові дослідження
10. Кількісні маркетингові дослідження
11. Фокусоване групове інтерв'ю та глибинні інтерв'ю у маркетингових дослідженнях
12. Метод опитування у маркетингових дослідженнях. Види опитувань
13. Спостереження та експеримент
14. Міх-методики (таємний покупець, Hall-test, Home-test)

15. Поняття “ринок”. Класифікація типів ринків
16. Методи розрахунку ємності ринку. Види ємності ринку
17. Сегментування ринку
18. Модель 5 сил М. Портера. Види конкуренції
19. Етапи та методи досліджень конкурентного середовища
20. Тестування реклами: методи та види
21. Концепція MVP та Модель Кано
22. Методи цінових досліджень. Метод PSM
23. Дослідження споживацької поведінки
24. Retail audit
25. ABC-XYZ-аналіз
26. Customer journey map (CJM)
27. Індекс споживчої лояльності (NPS)
28. Етнографічні дослідження
29. Дослідження бренду. Brand Health
30. Проективні методики