

330.22

ПЗ2

Підприємницька освіта як ключ до успіху

Серія дидактичних матеріалів з підприємницької
освіти в закладах професійної освіти України

ЧАСТИНА 5

ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

(для студентів)

Навчально-методичний посібник



Developing Intra- and Entrepreneurial Competences
through Entrepreneurship Education and Start-up Consultancy

544202-TEMPUS-1-2013-1-AT-TEMPUS-JPHES



Co-funded by the
Tempus Programme
of the European Union

Підприємницька освіта як ключ до успіху

Серія дидактичних матеріалів з підприємницької освіти в
закладах професійної освіти України

ЧАСТИНА 5

ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ (для студентів)

Навчально-методичний посібник



Developing Intra- and Entrepreneurial Competences through
Entrepreneurship Education and Start-up Consultancy

544202-TEMPUS-1 -2013-1 -AT-TEMPUS-JPHES



Co-funded by the
Tempus Programme
of the European Union



Co-funded by the
Tempus Programme
of the European Union

Проект ЕС TEMPUS «Набуття професійних та підприємницьких навичок шляхом виховання підприємницького духу та консультацій підприємців початківців» (544202-TEMPUS-1 -2013-1 -AT-TEMPUS-JPHES)

EU TEMPUS project “Developing Intra- and Entrepreneurial Competences through Entrepreneurship Education and Start-up Consultancy” (544202-TEMPUS- 1 -2013-1 -AT-TEMPUS-JPHES)

Автори серії:

Р. Фортмюллер, Віденський економічний університет

О. І. Савченко, Національний технічний університет «ХПІ»

О. А. Галкіна, ХОЕТІ ім. Ф. Г.Ананченка

І. І. Дідух, Харківський комп'ютерно-технологічний коледж НТУ «ХПІ»

О. І. Ігнатенко, Харківський комп'ютерно-технологічний коледж НТУ «ХПІ»

І. Г. Олійник, Харківський комп'ютерно-технологічний коледж НТУ «ХПІ»

І. М. Рибаченко, Харківський комп'ютерно-технологічний коледж НТУ «ХПІ»

Н. В. Сенкевич, Харківський комп'ютерно-технологічний коледж НТУ «ХПІ»

О. Г. Василенко, ХОЕТІ ім. Ф.Г.Ананченка

Фінансова підтримка Європейської Комісії при виданні цих матеріалів не передбачає згоди з їх змістом, який є предметом відповідальності авторів і може не співпадати з точкою зору Європейської Комісії.

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

ISBN 978-617-7587-31-5

© Колектив авторів, 2016

© НТУ «ХПІ», 2016

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

ЧАСТИНА 5

І. І. Дідух

ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

(для студентів)

Під редакцією І. І. Дідух, О. А. Галкіної, О. І. Савченко

Навчально-методичний посібник

Харків - 2016

УДК 330.101.5 (075.8)
ББК 65.012.1я.73
П11

Рекомендовано до друку Вченою радою Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (протокол №9 від 25 листопада 2016 р.)

Рецензенти:

- А. М. Колот**, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці, проректор ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Київ
А. І. Яковлев, д-р екон. наук, професор, заслужений працівник освіти України, завідувач кафедри економіки та маркетингу, НТУ «ХПІ», Харків
О. В. Ткач, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, Івано-Франківськ

Автори:

Фортмюллер Р., Савченко О. І., Галкіна О. А., Дідух І. І., Існатенко О. І., Олійник І. Г., Рибаченко І. М., Сенкевич Н. В., Василенко О. Г.

- П 11** Серія дидактичних матеріалів з підприємницької освіти в установах професійної освіти України «Підприємництво як ключ до успіху». Дідух І. І. Частина 5. Основи маркетингу, для студентів. Навч. мет. посіб. / за ред. І. І. Дідух, О. А. Галкіної, О. І. Савченко.- Х.: ТОВ «Планета-Прінт», 2016. -100 с.

ISBN 978-617-7587-31-5
УДК 65.011
ББК 65.050

Серія навчально-методичних посібників містить розширені матеріали, що необхідні для розуміння та ведення підприємницької діяльності, розуміння механізмів пошуку та ідентифікації можливостей для бізнесу, визначенні питань управління підприємницькою діяльністю, правових основ підприємництва, соціальної відповідальності бізнесу та його маркетингової діяльності.

Призначено для студентів ВНЗ I-II рівня акредитації економічних, управлінських та інженерних спеціальностей, підприємців початківців та фахівців практиків.

Проект 544202-2013-AT-TEMPUS-JPHES «BUSEEG-RU-UA»: Набуття професійних та підприємницьких навичок шляхом виховання підприємницького духу та консультацій підприємців початківців

Фінансова підтримка Європейської Комісії при виданні цих матеріалів не передбачає згоди з їх змістом, який є предметом відповідальності авторів і може не співпадати з точкою зору Європейської Комісії.

ББК 65.050

ISBN 978-617-7587-31-5

© Колектив авторів, 2016
© НТУ «ХПІ», 2016

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	6
ВСТУП	8
Тема 1 НАУКОВІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ	10
Тема 2 УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	20
Тема 3 МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЯ ТА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ	28
Тема 4 СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРУ	34
Тема 5 МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА	39
Тема 6 МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ	50
Тема 7 РОЗПОДІЛ ТОВАРІВ ТА ТОВАРОРУХ	59
Тема 8 МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ТА СКЛАДОВІ КОМПЛЕКСУ ПРОСУВАННЯ	67
Тема 9 КОНТРОЛЬ ТА ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	75
МАРКЕТИНГ У КРОСВОРДАХ	79
ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ЗНАТЬ	82
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	97