

МІНІСТЕРСТВО ОБОРОНИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПОВІТРЯНИХ СИЛ імені ІВАНА КОЖЕДУБА

ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ



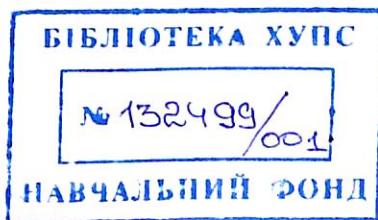
Харків
2021

МІНІСТЕРСТВО ОБОРОНИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПОВІТРЯНИХ СИЛ імені ІВАНА КОЖЕДУБА

ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

Навчально-методичний посібник

За загальною редакцією К. С. ГАЙМУР



Харків
2021

УДК 339.138 (075.8)
О-75

Затверджено до видання
вченою радою Харківського
національного університету
Повітряних Сил імені Івана
Кожедуба
(протокол № 4 від 25.02.2020)

Авторський колектив: *К. С. Гаймур*, кандидат економічних наук; *О. А. Савчук*, кандидат психологічних наук; *А. В. Скиданова*, кандидат історичних наук; *І. М. Будур*; *С. А. Бойко*; *Р. А. Михайловський*; *Р. І. Рубльова*.

Рецензенти: *Н. О. Москаленко*, доцент кафедри митної справи та оподаткування Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, кандидат економічних наук, доцент; *О. Ю. Панфілов*, професор Харківського національного університету Повітряних Сил імені Івана Кожедуба, доктор філософських наук, професор.

О-75 **Основи маркетингу : навч.-метод. посіб. / К. С. Гаймур, О. А. Савчук, А. В. Скиданова та ін. ; за заг. ред. К. С. Гаймур. – Х. : ХНУПС, 2021. – 88 с.**

Навчально-методичний посібник рекомендований курсантам, студентам, слухачам, викладачам вищих військових навчальних закладів України, а також всім тим, хто цікавиться економічними науками соціально-гуманітарного циклу.

Посібник складений з урахуванням сучасних економічних тенденцій, а також із військово-економічних аспектів як в Україні, так і у світі.

УДК 339.138 (075.8)

© Харківський національний університет
Повітряних Сил імені Івана Кожедуба, 2021

ЗМІСТ

<i>ПЕРЕДМОВА</i>	4
РОЗДІЛ I. МАРКЕТИНГ ЯК СИСТЕМА ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ	5
Тема 1. Маркетинг і система маркетингових досліджень.....	9
Тема 2. Система управління маркетингом	14
САМОСТІЙНА РОБОТА	19
Тема 3. Визначення, суть та етапи становлення маркетингу..	19
Тема 4. Функції, принципи та завдання маркетингу.....	22
РОЗДІЛ II. ТОВАР І ТОВАРНА ПОЛІТИКА	24
Тема 5. Товар у системі маркетингу	25
Тема 6. Забезпечення якості та конкурентоспроможності товарів	29
САМОСТІЙНА РОБОТА	35
Тема 7. Поняття бренда. Стратегії просування бренда.....	35
Тема 8. Зміна маркетингових стратегій під час життєвого циклу товару.....	40
РОЗДІЛ III. РЕАЛІЗАЦІЯ ТОВАРІВ ТА МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ	45
Тема 9. Реалізація товарів у маркетинговій діяльності	46
Тема 10. Система маркетингових комунікацій.....	47
САМОСТІЙНА РОБОТА	52
Тема 11. Основні рішення, пов'язані зі створенням рекламної програми.....	52
Тема 12. Застосовування стратегії інтегрованої маркетингової комунікації.....	57
РОЗДІЛ IV. ЦІНА, ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА У МАРКЕТИНГУ	59
Тема 13. Поняття ціноутворення та види цін в умовах ринку	60
Тема 14. Цінова політика та методи встановлення цін.....	62
САМОСТІЙНА РОБОТА	70
Тема 15. Споживацька вартість і кошти компанії під час встановлення ціни.....	70
<i>СЛОВНИК ОСНОВНИХ ТЕРМІНІВ</i>	73
<i>ПІСЛЯМОВА</i>	80
<i>ЛІТЕРАТУРА</i>	87

ПЕРЕДМОВА

За своїм змістом навчально-методичний посібник відображає сучасні світові підходи у галузі маркетингу, особливості маркетингової діяльності в Україні.

Посібник знайомить читачів з основами маркетингу. У ньому розглядаються такі складові маркетингової діяльності підприємства (організації), як маркетингове середовище, маркетингова інформація та маркетингові дослідження, сегментування, вибір цільового ринку і позиціонування, товарна й цінова політика, політика розподілу, маркетингові комунікації та організація маркетингової діяльності на підприємстві. Автори посібника ставлять собі за мету донести в доступній формі знання з основ маркетингу, його принципів, функцій та методів; сформувати у курсантів елементи практичних навиків у сфері маркетингової діяльності; набуття вмінь проведення маркетингових досліджень, здійснення товарної та цінової політики; застосування теоретичних положень маркетингу для вирішення питань пов'язаних з професійною діяльністю офіцерських кадрів.

Посібник може бути корисним всім, хто цікавиться проблемами маркетингу.