

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

***МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО  
ПІДПРИЄМСТВА***

**Навчальний посібник  
у структурно-логічних схемах та таблицях**

**Суми - 2020**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

***МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО  
ПІДПРИЄМСТВА***

**Навчальний посібник  
у структурно-логічних схемах та таблицях**

(для студентів денної та заочної форм навчання  
спеціальності 075 - “Маркетинг”  
освітнього ступеня «Бакалавр»)

**Суми - 2020**

**Рецензенти:**

**Лишенко М.О.** д.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики  
Сумського національного аграрного університету

**Лозинська І.В.** д.е.н., доцент кафедри менеджменту Сумського  
національного аграрного університету.

**Нечипоренко В.В.**, к.с.-г.н., доцент кафедри маркетингу та логістики

Маркетинг промислового підприємства: Навчальний посібник у структурно-логічних схемах та таблицях для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 - “Маркетинг” освітнього ступеня «Бакалавр». – Суми, 2020. – 115 стор.

Навчальний посібник містить навчальний матеріал з нормативної дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» відповідно до галузевого стандарту вищої освіти підготовки бакалаврів за напрямом підготовки та спеціальністю «Маркетинг».

У навчальному посібнику розглянуто основні складові маркетингового комплексу та особливості маркетингу промислових підприємств. Особлива увага приділяється дослідженню ринку промислових товарів, викладена їх класифікація, наводяться основні відмінності між ринками товарів промислового і споживчого призначення. Пропонуються підходи до формування товарної політики підприємства, вибору відповідних методів відносно визначення оптимальних каналів розподілу.

*Рекомендовано Вченою радою  
Сумського національного аграрного університету  
протокол №7 від 12.06. 2020 р.*

## ЗМІСТ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КУРСУ .....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>Тема 1: СУТНІСТЬ, ЗАВДАННЯ ТА КОНЦЕПЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО МАРКЕТИНГУ .....</b>                              | <b>6</b>  |
| 1. Роль та значення промислового маркетингу в сучасних умовах ринкових відносин.....                      | 6         |
| 2. Задачі, функції та принципи промислового маркетингу .....  | 10        |
| 3. Концепції промислового маркетингу.....   | 12        |
| <i>Тестові завдання для самоперевірки.....</i>  | <i>15</i> |
| Питання для самоконтролю.....   | 16        |
| <b>Тема 2: ПРОМИСЛОВІ ТОВАРИ. РИНОК ПРОМИСЛОВИХ ТОВАРІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....</b> | <b>17</b> |
| 1. Класифікація товарів виробничого призначення.....  | 17        |
| 2. Характеристика сучасного ринку товарів та послуг.....  | 19        |
| 3. Учасники промислового ринку та їх взаємодія.....   | 23        |
| <i>Тестові завдання для самоперевірки.....</i>  | <i>23</i> |
| Питання для самоконтролю.....   | 24        |
| <b>Тема 3: СЕГМЕНТУВАННЯ ПРОМИСЛОВОГО РИНКУ .....</b>   | <b>25</b> |
| 1. Поняття, критерії та ознаки сегментування промислового ринку.....                                      | 25        |
| 2. Переваги, недоліки і рівні ринкового сегментування.....  | 28        |
| 3. Етапи цільового маркетингу.....  | 29        |
| <i>Тестові завдання для самоперевірки.....</i>  | <i>30</i> |
| Питання для самоконтролю.....   | 31        |
| <b>Тема 4: ПРОЦЕС ТОВАРОПОСТАЧАННЯ І ПОВЕДІНКА ПОКУПЦІВ .....</b>   | <b>32</b> |
| 1. Процес товаропостачання на промисловому ринку і його учасники.....                                     | 32        |
| 2. Поняття «закупівельні центри» і види здійснення закупівлі промислових товарів.....                     | 38        |
| 3. Фактори, що впливають на прийняття рішень про закупівлю промислових товарів.....                       | 40        |
| 4. Етапи процесу закупівлі промислових товарів для потреб підприємства.....                               | 40        |
| <i>Тестові завдання для самоперевірки.....</i>  | <i>42</i> |
| Питання для самоконтролю.....   | 43        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Тема 5: СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ІНФОРМАЦІЇ НА ПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ .....</b> | <b>44</b> |
| 1. Суть, напрямки і основні об'єкти маркетингових досліджень                              | 44        |
| 2. Процес маркетингових досліджень.....   | 48        |
| 3. Види маркетингової інформації, її переваги і недоліки                                  | 50        |
| <i>Тестові завдання для самоперевірки.....</i>  | <i>51</i> |
| Питання для самоконтролю.....   | 52        |
| <b>Тема 6: МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА .....</b>  | <b>52</b> |
| 1. Концепція життєвого циклу товарів.....   | 52        |
| 2. Маркетингова товарна політика, мета та завдання.....                                   | 56        |
| 3. Система формування товарного асортименту.....  | 57        |
| 4. Товарна номенклатура та її показники.....  | 62        |
| <i>Тестові завдання для самоперевірки.....</i>  | <i>63</i> |
| Питання для самоконтролю.....   | 65        |
| <b>Тема 7: ЯКІСТЬ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРІВ ВИРОБНИЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ .....</b>      | <b>65</b> |
| 1. Визначення якості промислової продукції і фактори, що впливають на неї.....            | 65        |
| 2. Показники якості промислової продукції та її оцінювання....                            | 68        |
| 3. Визначення конкурентоспроможності товару і методичні підходи до її оцінювання.....     | 71        |
| <i>Тестові завдання для самоперевірки.....</i>  | <i>73</i> |
| Питання для самоконтролю.....   | 74        |
| <b>Тема 8: ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ..</b>                                      | <b>75</b> |
| 1. Суть, фактори та етапи ціноутворення.....  | 75        |
| 2. Політика і методи ціноутворення на промисловому ринку.....                             | 80        |
| 3. Основні цінові стратегії промислових підприємств.....                                  | 83        |
| <i>Тестові завдання для самоперевірки.....</i>  | <i>87</i> |
| Питання для самоконтролю.....   | 89        |
| <b>Тема 9: РОЗПОДІЛ І ПЕРЕМІЩЕННЯ ТОВАРІВ ВИРОБНИЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ .....</b>               | <b>89</b> |
| 1. Маркетингова політика розподілу товарів виробничого призначення .....                  | 89        |
| 2. Сутність, функції і типи каналів розподілу товарів виробничого призначення.....        | 90        |
| 3. Класифікація і характеристика посередників промислового ринку .....                    | 96        |
| <i>Тестові завдання для самоперевірки.....</i>  | <i>98</i> |
| Питання для самоконтролю.....   | 100       |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Тема 10: СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У<br/>ПРОМИСЛОВОМУ МАРКЕТИНГУ .....</b>        | <b>100</b> |
| 1. Роль комунікаційної політики в маркетинговій діяльності<br>промислового підприємства..... | 100        |
| 2. Особливості стимулювання збуту товарів виробничого<br>призначення.....                    | 103        |
| 3. Особистий продаж товарів виробничого призначення.....                                     | 104        |
| 4. Цілі і засоби розповсюдження реклами на промисловому<br>ринку .....                       | 105        |
| <i>Тестові завдання для самоперевірки</i> .....  | 108        |
| Питання для самоконтролю.....  | 110        |
| <b>СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>  | <b>111</b> |

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Нечипоренко Валентина Володимирівна**

***МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО  
ПІДПРИЄМСТВА***

**Навчальний посібник  
у структурно-логічних схемах та таблицях**

*Суми, РВВ, Сумський національний аграрний університет, вул. Кірова, 160*

---

Підписано до друку: 2020 р. Формат А5: Гарнітура Times New Roman

Тираж: 100 примірників    Ум. друк. арк. 5,0

