## **Залікові питання**

## **з навчальної дисципліни “Маркетинговий менеджмент”**

## **д**ля здобувачів освітнього ступеня “Магістр”

**за спеціальністю 051 “Економіка”**

1. Що, на ваш погляд, становить маркетинг? Дайте його визначення: а) як філософії бізнесу; б) як процесу або способу дії; в) як культури в організації.
2. Розкрийте сутність і специфіку маркетингового менеджменту як окремої сфери управлінської діяльності.
3. У чому полягають мета й завдання маркетингового менеджменту?
4. Покажіть взаємозв'язок завдань управління маркетингом та загальних функцій менеджменту.
5. Порівняйте основні концепції маркетингового менеджменту. Наведіть приклади підприємств, які, на вашу думку, слідують тій чи іншій концепції.
6. Назвіть основні виклики сьогодення, на які доводиться реагувати в процесі управління маркетинговою діяльністю підприємства. Які з них найбільш притаманні вітчизняним підприємствам?
7. Поясніть місце маркетингового менеджменту в загальній системі менеджменту підприємства.
8. Які чинники гальмують застосування прогресивних методів й інструментів маркетингового менеджменту в Україні?
9. Охарактеризуйте маркетингову діяльність підприємства як процес, назвіть умови її ефективної реалізації.
10. Розкрийте зміст процесу маркетингового менеджменту на підприємстві. Охарактеризуйте етапи процесу маркетингового менеджменту.
11. Назвіть і охарактеризуйте напрями, за якими підприємство може виявляти нові можливості.
12. Наведіть принципи організації маркетингового менеджменту.
13. Назвіть найбільш критичні помилки в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства. Які з них, на вашу думку, знаходяться в межах компетентності: топ-менеджменту підприємства, директора з маркетингу (керівника маркетингового підрозділу), спеціаліста з маркетингу?
14. Висвітліть місце маркетингових підрозділів у структурі управління підприємством. Від яких факторів та яким чином воно залежить?
15. У чому полягають сутність і завдання організації маркетингової діяльності на підприємстві?
16. Розкрийте загальні вимоги до організації управління маркетинговою діяльністю.
17. На чому ґрунтується і в чому полягає проектування робіт при організації маркетингової діяльності на підприємстві?
18. Опишіть етапи еволюції системи організації виконання маркетингових функцій на окремому підприємстві.
19. Виділіть й охарактеризуйте етапи організації управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.
20. Як обґрунтовано зробити вибір типу організаційної структури служби маркетингу? Охарактеризуйте різні типи організаційних структур маркетингової служби, виділіть переваги та недоліки окремих типів.
21. Назвіть принципи побудови маркетингової структури підприємства.
22. Виділіть і охарактеризуйте основні етапи формування структури маркетингу на підприємстві.
23. У чому полягають особливості створення маркетингового підрозділу на малих і середніх підприємствах?
24. Назвіть ознаки організаційної структури підприємства, орієнтованого на маркетинг. Що необхідно зробити для створення такого підприємства?
25. Розкрийте сутність і призначення маркетингового планування і планів маркетингової діяльності.
26. Визначте завдання маркетингового планування на підприємстві.
27. У чому полягають принципи маркетингового планування?
28. Наведіть класифікацію маркетингових планів підприємства.
29. Наведіть типову структуру маркетингового плану підприємства і розкрийте зміст кожного розділу.
30. Наведіть вимоги до формулювання маркетингових цілей підприємства і визначте основні напрями їх установлення.
31. Які ключові фактори економічної ситуації треба враховувати при плануванні управління маркетингом?
32. Розкрийте поняття маркетингової стратегії підприємства.
33. Дайте класифікацію маркетингових стратегій на корпоративному, діловому і функціональному рівнях.
34. У чому полягає призначення портфельних стратегій? Охарактеризуйте основні моделі портфельного аналізу, визначте їх особливості, переваги і недоліки.
35. Надайте характеристику різним стратегіям зростання. Наведіть відомі вам приклади застосування підприємствами тих чи інших стратегій зростання.
36. Охарактеризуйте основні конкурентні стратегії і поясніть, чому М. Портер наполягає на недоцільності їх комбінованого використання?
37. Що розуміють під функціональними маркетинговими стратегіями? Чи збігається це з розумінням функціональної стратегії у стратегічному менеджменті?
38. Що таке стратегії сегментування? Чи завжди підприємство має використовувати такі стратегії?
39. Назвіть найбільш поширені ознаки ринкового сегментування і наведіть приклади, коли застосування тієї чи іншої ознаки було б доцільним.
40. Які характеристики повинен мати привабливий ринковий сегмент?
41. Визначте сутність і охарактеризуйте етапи ринкового позиціювання товару.
42. У чому полягає сутність маркетингового стратегічного планування і його роль при розробці стратегії підприємства?
43. У чому полягають завдання стратегічного маркетингового планування і вимоги до маркетингових стратегій?
44. Наведіть схему взаємозв’язку і надайте характеристику етапів процесу стратегічного маркетингового планування.
45. Опишіть методику аналізу макрооточення підприємства.
46. Які сили впливають на інтенсивність конкуренції в галузі згідно з моделлю п’яти сил М. Портера? У чому проявляється і від чого залежить вплив кожної з таких сил?
47. Що становить місія підприємства і яким чином вона формулюється? Чи є складання місії необхідністю або ж лише модою?
48. У чому полягає сутність конкурентоспроможності підприємства і як маркетингова стратегія впливає на її формування і розвиток?
49. Розкрийте сутність і ключові ознаки маркетингової програми. У чому її відмінність від стратегічного і тактичного маркетингового плану?
50. Назвіть ключові параметри маркетингових програм. Який із них, на вашу думку, є найголовнішим? Чому?
51. Охарактеризуйте зв'язок між ключовими параметрами маркетингових програм.
52. Наведіть класифікацію маркетингових програм підприємства.
53. Наведіть типову структуру маркетингової програми.
54. Опишіть процедуру складання маркетингової програми.
55. Розкрийте сутність тактичного маркетингового планування і охарактеризуйте його відмінності від стратегічного.
56. Що таке маркетинговий бюджет і яку роль в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства він відіграє?
57. Охарактеризуйте методи складання маркетингового бюджету.
58. Розкрийте сутність і зміст бізнес-плану підприємства.
59. Охарактеризуйте місце маркетингового плану в бізнес-плані підприємства.
60. Розкрийте значення контролю в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства.
61. Наведіть класифікацію контролю маркетингової діяльності.
62. Як пов’язані процеси планування і контролю маркетингової діяльності підприємства?