**Практичне заняття 2**

***Контрольні запитання та завдання***

1. Які основні аспекти процесу маркетингового менеджменту?

2. Опишіть завдання процесу маркетингового менеджменту.

3. Проаналізуйте процедури процесу управління маркетингом на підприємстві. 4. Поясніть сутність та назвіть ознаки сегментування ринків.

5. Поясніть сутність та методику позиціювання продукту на ринку.

6. Поясніть сутність комплексу маркетингу.

7. Обгрунтуйте основні питання, які формулюються в програмі маркетингу.

8. Охарактеризуйте поняття «глобалізація» та чинники, що впливають на неї.

9. Визначте сутність поняття «глобальний ринок» та опишіть механізм його перетворення.

10. Охарактеризуйте маркетингову діяльність глобальних компаній.

11. Обґрунтуйте маркетингові стратегії виходу на глобальний ринок.

***Практичні та ситуаційні завдання***

*Завдання 1.*

Розгляньте наведені нижче визначення. Вкажіть на базові поняття маркетингового менеджменту, яким вони відповідають:

– логічна послідовність кроків щодо досягнення підприємством поставлених цілей;

– існуюча комбінація зовнішніх та внутрішніх умов і ймовірність успіху в досягненні поставлених цілей;

– групи споживачів, на які націлюється діяльність підприємства, оскільки їх потреби і запити найкращим чином відповідають можливостям підприємства щодо їх задоволення;

– визначення особливих, найсприятливіших місць товарних пропозицій стосовно інших товарів у їх сприйнятті споживачами цільових ринків;

– система координат, на якій згідно зі значенням основних характеристик продукції розміщують товари, наявні на даному ринку;

– генеральна програма дій підприємства з досягнення бажаної позиції на конкурентному ринку;

– структуризована сукупність інструментів та дій маркетингу;

– конструювання та інтеграція маркетингових інструментів і дій, пропорційне розподілення зусиль для досягнення поставлених цілей.

*Завдання 2.* Визначте ринкову позицію вашого навчального закладу. Запропонуйте маркетингові заходи, які допомогли б йому зайняти більш вигідну позицію на ринку освітніх послуг.

***Тестові завдання***

1. Маркетинговий менеджмент спрямований на вирішення:

а) завдання управління;

б) завдання контролю;

в) концептуального завдання;

г) завдання аудиту;

д) завдання виконання.

2. Результатом контролю маркетингової діяльності є:

а) оцінювання виконання маркетингової концепції фірми щодо постановки і реалізації цілей;

б) коригування планів маркетингу і поведінки фірми на ринку;

в) урахування зворотних зв’язків у діяльності служби маркетингу;

г) варіанти адаптації маркетингової політики фірми до зміни чинників навколишнього середовища.

3. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ передбачає:

а) оцінювання будь-якої можливості з погляду її відповідності цілям та наявним ресурсам фірми;

б) виявлення контрольованих та неконтрольованих чинників середовища, що впливає на діяльність, вироблення заходів, необхідних для максимізації впливу неконтрольованих чинників;

в) ретельне оцінювання поточного і майбутнього попиту, що відображає привабливі можливості ринку, що відкривається;

г) усі відповіді правильні.

4. Процедурами процесу управління маркетингом підприємства не є:

а) аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ;

б) формування маркетингової інформаційної системи;

в) аналіз бізнес-портфеля;

г) створення і підтримання корпоративної філософії та культури;

д) організація системи маркетингового контролю.

5. Автомобілебудівна компанія «Honda» розробляє новий модельний ряд автомобілів, що використовують альтернативне паливо, для продажу на існуючих ринках. Це приклад застосування стратегії:

а) розвитку ринку;

б) науково-дослідних розробок;

в) проникнення на ринок;

г) диверсифікації;

д) розвитку продукту.