**Практична робота № 1**

Питання для самостійного опрацювання

1. Сутність та еволюція поняття «стратегія».

2. Зміст і призначення стратегії підприємства у конкурентному середовищі. Місце стратегічного маркетингу.

3. Модерні підходи до стратегічного управління.

4. Сучасні організаційні структури управління фірмою.

5. Внесок А. Чандлера в інструменти маркетингової діяльності.

Основні поняття та терміни

- базова дія;

- дев’ять елементів стратегії;

- загально корпоративна (універсальна) стратегія;

- інструменти реалізації стратегії;

- конкурентна стратегія;

- маркетингова стратегія;

- матрична структура управління;

- портфельна стратегія;

- результат реалізації стратегії;

- ринково-функціональна структура управління;

- стратегічна непоступливість;

- стратегічне планування;

- стратегічне управління;

- «стратегічний дрейф»;

- стратегія розвитку підприємства;

- стратегія;

- структура;

- товарно-функціональна організація маркетингу;

- функціональна організація маркетингу;

- функціональна стратегія.

Тести для поглиблення знань і самоконтролю

1. Під «стратегією» у маркетингу розуміють:

1) визначення основних довгострокових та допоміжних цілей із відповідними курсами дій і розподілом ресурсів для досягнення цих цілей;

2) довгостроковий план, що містить управлінські рішення щодо вибору цілей і напрямків діяльності та моделі дій стосовно розміщення, розподілу та координації ресурсів підприємства для забезпечення його розвитку;

3) модель узагальнення дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координування і розподілу ресурсів фірми;

4) всі відповіді правильні.

2. Довгостроковий план, що містить управлінські рішення щодо вибору цілей і напрямків діяльності та моделі дій стосовно розміщення, розподілу та координації ресурсів підприємства для забезпечення його розвитку називають:

1) стратегією;

2) тактикою;

3) стратегічним маркетингом;

4) операційним маркетингом.

3. Твердження «структура організації зумовлена прийнятою в ній стратегією» виплаває з досліджень:

1) Чандлера А.;

2) Портера М.;

3) Котлера Ф.;

4) Райса Е. і Траута Дж.

4. Процес визначення довгострокових цілей або встановлення ідеальної аналітичної мети називають:

1) результатом реалізації стратегії;

2) інструментами реалізації стратегії;

3) базовою дією;

4) стратегічним маркетингом.

5. Вибір напрямків та адаптація курсів дій щодо розміщення, розподілу та координації ресурсів підприємства, враховуючи позиції у навколишньому середовищі у стратегічному маркетингу називають:

1) результатом реалізації стратегії;

2) базовою дією;

3) стратегічним маркетингом;

4) інструментами реалізації стратегії.

6. Довгостроковий план, який містить комплекс рішень щодо вибору напрямку розвитку підприємства, визначення його основних цілей, а також моделі дій щодо формування й ефективного використання його потенціалу та дає можливість створення сприятливих внутрішніх і зовнішніх умов для успішного подолання основних стадій розвитку називають:

1) тактикою;

2) стратегією розвитку підприємства;

3) програмою маркетингу

4) правильна відповідь не наведена.

7. Стратегічний дрейф – це:

1) сукупність дій та рішень, які використовує керівництво, що сприяють розробці специфічних стратегій для досягнення цілей організації;

2) взаємоузгодження маркетингових цілей підприємства з його можливостями, вимогами споживачів, використовуючи слабкі позиції конкурентів і свої конкурентні переваги;

3) ситуація, коли рішення про інвестиції приймаються підприємством хаотично, відповідно до можливостей, що відкриваються;

4) всі відповіді правильні.

8. Сукупність дій та рішень, які використовує керівництво компанії, що сприяють розробці специфічних стратегій для досягнення цілей організації називається:

1) функціональною стратегією;

2) місією підприємства;

3) вихідними елементами маркетингової стратегії;

4) стратегічним плануванням.

9. Стратегічне управління у маркетингу передбачає:

1) оцінювання та стимулювання підрозділів фірми і керівництво ними за ступенем досягнення мети.

2) визначення ключових позицій на перспективу;

3) визначення ресурсів організації, які вона має, щоб досягти цілі;

4) всі відповіді правильні.

10. Процес розроблення та успішної реалізації стратегій в господарській діяльності компанії називають стратегічним:

1) маркетингом;

2) управлінням;

3) плануванням;

4) дрейфом.