**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.