

Контрольні питання

1. Особливості та етапи планування розподільчо-торгових комунікацій фірми.
 2. Маркетинг-логістика, її місце в системі маркетингових взаємодій компанії.
 3. Проблеми планування торгової політики.
 4. Оцінка і вибір засобів збуту продукції фірми.
 5. Взаємозв'язок збутових і логістичних підсистем розподільного субмікса маркетинга фірми.
 6. Наукове повідомлення на обрану тему з переліку:
 7. Основні напрями і характеристики стратегічного аналізу стану фірми та середовища маркетингу.
 8. Сутність стратегій підприємства, спрямованих на підвищення ефективності його діяльності.
 9. Процес планування програм маркетингу.
 10. Зміст та основні завдання поточного планування маркетингу.
 11. Охарактеризуйте основні етапи планування товарної політики компанії.
-
6. Сутність стратегій підприємства, спрямованих на підвищення ефективності його діяльності?
 7. Процес планування програм маркетингу?
 8. Зміст та основні завдання поточного планування маркетингу?
 9. План маркетингу як складова бізнес-плану фірми?
 10. Роль планування у процесі формування найважливіших підсистем маркетингу-взаємодій?
 11. Поясніть логіку вибору методів і економічних показників у процесі формування планів маркетингу?
 12. Засади оцінки якості маркетингового плану?
 13. Місце планування маркетингу в загальній системі планування діяльності підприємства?
 14. Підходи до формування маркетингової стратегії?
 15. Модель стратегічного планування маркетингу?
 16. Основні напрями і характеристики стратегічного аналізу стану фірми та середовища маркетингу?
 17. Сутність стратегій підприємства, спрямованих на підвищення ефективності його діяльності?
 18. Процес планування програм маркетингу?
 19. Зміст та основні завдання поточного планування маркетингу?
 20. Роль планування у процесі формування найважливіших підсистем маркетингу-взаємодій?

1. Сутність та основні поняття стратегічного планування.
2. Основна мета стратегічного планування.
3. Переваги стратегічного планування.
4. Завдання і функції маркетингового стратегічного планування.
5. Принципи маркетингового стратегічного планування.
6. Процес маркетингового стратегічного планування.
7. Характеристика планів маркетингу залежно від їх діяльності.
8. Характеристика моделі маркетингового стратегічного планування.
9. Основні аспекти стратегічного аналізу та їх характеристики. Основні принципи ефективного керування маркетингом комунікацій фірми.
10. Сутність індивідуалізованого підходу до планування й організації маркетингових комунікацій фірми
11. Організаційна підсистема, її місце у плануванні маркетингових контактів компанії.
12. Характеристика основних етапів планування маркетинг — взаємодій компанії.
13. Які методи аналізу застосовує фірма у процесі дослідження ринкової ситуації?
14. Які критерії вибору підходів до упорядкування маркетингових планів?
15. Поясніть логіку вибору методів і економічних показників у процесі формування планів маркетингу.
16. Цілі, завдання і функції маркетинг-контролінга в системі планування маркетингових комунікацій фірми.
17. Основні проблеми досягнення цілей маркетингового планування.
18. Охарактеризуйте основні стадії упорядкування плану маркетингу.