Екзаменаційні питання.

1. Концепція процес та організація маркетингового менеджменту.
2. Сутність, значення і завдання маркетингового менеджменту.
3. Еволюція маркетингового менеджменту.
4. Сутність, зміст, мета і завдання маркетингового менеджменту.
5. Ринковий характер маркетингової концепції управління підприємством.
6. Необхідні заходи і проблеми впровадження маркетингового менеджменту в ринкових умовах.
7. Механізм маркетингового менеджменту.
8. Завдання процесу маркетингового менеджменту.
9. Основні етапи процесу управління маркетингом підприємства.
10. Концептуальна база як основа організації маркетингового менеджменту підприємства. Ділова етика в організації маркетингового менеджменту.
11. Репутація та імідж підприємства. Діловий етикет.
12. Сутність, цілі, функції та завдання організаційних структур маркетингу.
13. Еволюція організаційних структур маркетингу.
14. Способи організації маркетингових структур.
15. Сучасні тенденції розвитку організаційних структур маркетингу.
16. Принципи, алгоритм і вимоги створення маркетингових структур на підприємстві.
17. Поняття, функції, принципи, завдання та етапи маркетингового планування.
18. Система маркетингового планування.
19. Маркетинговий план як результат маркетингового планування.
20. Теоретичні основи формування стратегії підприємства.
21. Корпоративні стратегії: зміст і види.
22. Конкурентні стратегії.
23. Сутність і зміст стратегій маркетингу.
24. Маркетингові стратегії малих підприємств.
25. Особливості стратегії зростання середніх підприємств.
26. Особливості стратегії зростання великих підприємств.
27. Маркетингове стратегічне планування: сутність, мета, завдання, значення та особливості.
28. Етапи маркетингового стратегічного планування: стратегічний аналіз; визначення місії та цілей; розроблення, вибір та оцінка стратегії; складання стратегічного плану; розробка бюджету маркетингу та маркетингової програми; виконання стратегії; оцінка і контроль виконання стратегії.
29. Маркетингове тактичне планування
30. Сутність тактичного маркетингового планування.
31. Структура та зміст маркетингового тактичного плану.
32. Сутність і характерні риси маркетингового оперативного планування.
33. Порядок розроблення маркетингових оперативних планів
34. Маркетингові програми Сутність, зміст та основні завдання розроблення маркетингових програм.
35. Алгоритм розроблення програми комплексу маркетингу.
36. Сутність і процес контролю маркетингової діяльності.
37. Контролінг маркетингу. Ревізія маркетингу.
38. Маркетинговий аудит: сутність і процес.