

ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

Теоретичні питання

1. Специфіка та задачі стратегічного маркетингу, обмеження стратегіко-аналітичного маркетингу
2. Методи стратегічного аналізу
3. Аналіз факторів зовнішнього оточення: види факторів, завдання аналізу, що застосовуються види аналізу.
4. PEST- аналіз. Мета, складові, джерела інформації
5. Сегментування. Типи, методи, критерії.
6. Послідовність, етапи проведення сегментації товару/послуги
7. Концепція маркетингу послуг. Специфіка та особливості діяльності компанії, яка надає послуги
8. Поведінка споживачів
9. Методи вивчення потреб покупців, особливості застосування маркетингових інструментів.
10. Особливості соціального маркетингу. Аналіз актуальних соціальних потреб.
11. Фандрайзінг. Розробка соціального проекту.
12. Планування, бюджетування та звітування у фандрайзінгу.
13. Інструменти Просування, типи, потреба застосування
14. Event-маркетинг
15. Бренд та його роль у підвищенні конкурентоспроможності компанії
16. Структура маркетингового плану, складання маркетингового плану та його аналіз
Бюджетування маркетингової діяльності
17. Оцінка ефективності маркетингової діяльності
18. Мета аналізу зовнішнього середовища. Види аналізу.
19. Розробка бізнес-плану: мета, структура, послідовність.
20. Цільова аудиторія компанії. Поняття, мета та стратегії визначення цільової аудиторії.
21. Критерії поведінкового сегментування покупців

22. Маркетингові стратегії та життєвий цикл товару.
23. Стадії впровадження нового виду продукції в залежності від стадії розвитку продукту (згідно І. Ансоффа)
24. Базові методи пошуку сегментів.
25. Позиціонування. Поняття, мета, послідовність дій