

**Завдання для студентів, які навчаються за індивідуальним графіком з
дисципліни «Маркетинг у сфері реабілітаційних послуг»**

Контрольні запитання (Лекція 1).

1. Дайте визначення маркетингу реабілітаційних послуг.
2. Що таке ринок реабілітаційних послуг?
3. Яка мета маркетингу реабілітаційних послуг?
4. Які Вам відомі особливості ринку реабілітаційних послуг?
5. У чому полягає відмінна особливість маркетингу реабілітаційних послуг від інших сфер діяльності?
6. Яка різниця між маркетингом та менеджментом?
7. Дайте визначення комплексу маркетингу та його складових.
8. Розкрийте поняття терміну «7Р».
9. Обґрунтуйте чому в комплексі маркетингу реабілітаційних послуг використовується не 4, а 7Р.
10. Дайте визначення терміну «цільовий ринок».
11. Кого і що відносять до елементів маркетингу реабілітаційних послуг.
12. Перечисліть суб'єкти маркетингу реабілітаційних послуг.
13. Перечисліть об'єкти маркетингу реабілітаційних послуг.
14. Дайте визначення поняттю «сегментування ринку». Для чого воно проводиться?
15. Що передбачає маркетингова (цільова) орієнтація управління реабілітаційним закладом?
16. Назвіть основні напрями дій у сфері маркетингу реабілітаційних послуг.
17. Які складові маркетингової діяльності Вам відомі?
18. Що таке принципи маркетингу?
19. Перечисліть принципи маркетингу і коротко опишіть кожен з них.
20. Опишіть стратегічні завдання маркетингу.
21. Опишіть основні тактичні завдання маркетингу.
22. Чим стратегічні завдання маркетингу відрізняються від тактичних?
23. Які основні функції маркетингу Вам відомі?

Контрольні запитання (Лекція 2).

1. Дайте визначення поняттю «управління маркетингом».
2. Які цілі постають перед управління маркетингом у сфері реабілітаційних послуг.
3. Що в себе включає управління маркетингом?
4. Які фази маркетингового управління у сфері реабілітаційних послуг?
5. Дайте визначення поняттю планування діяльності реабілітаційного закладу.
6. Що служить підставою для планування діяльності реабілітаційного закладу?
7. Чим планування відрізняється від прогнозування?
8. Яке значення планування і прогнозування для діяльності реабілітаційного закладу?
9. Охарактеризуйте стратегічні плани.
10. Охарактеризуйте тактичні плани.
11. Чим стратегічне планування відрізняється від тактичного?
12. Опишіть схему стратегічного плану реабілітаційного центру.
13. Які 5 рівнів стратегічного планування Вам відомі?
14. Дайте визначення терміну «ситуаційний аналіз».
15. Який зміст та особливості стратегічного планування маркетингу в сфері реабілітаційних послуг?
16. Що таке стратегія маркетингу?
17. Які основні питання маркетингової стратегії?
18. Від чого залежить підбір елементів комплексу маркетингу?
19. Які основні цілі переслідують реабілітаційні заклади з надання реабілітаційних послуг?

Контрольні запитання (Лекція 3).

1. Дайте визначення поняттю «послуга».
2. Назвіть та опишіть загальні характеристики реабілітаційної послуги.
3. Які відповідні методи для зменшення особливостей загальних характеристик Вам відомі?
4. Назвіть та опишіть специфічні характеристики реабілітаційної послуги.
5. Як класифікуються послуги за споживчою ознакою?
6. Як класифікуються послуги за функціональною ознакою?
7. До яких видів послуг відноситься фізична реабілітація (за функціональною ознакою, стосовно ймовірних споживачів і за однією з її категорій)?
8. Від чого залежать особливості класифікації реабілітаційних послуг?
9. Як класифікуються реабілітаційні послуги?
10. Яка існує класифікація послуг з фізичної реабілітації?
11. Опишіть структуру реабілітаційної послуги.
12. Чим розширена послуга відрізняється від реальної?
13. Які існують додаткові виміри реабілітаційної послуги та коротко опишіть кожен з них.
14. Які умови створення позитивного іміджу реабілітаційного закладу?
15. Розкрийте зміст поняття «брендінг».
16. Які ознаки хорошого бренду Вам відомі?
17. Що таке життєвий цикл реабілітаційної послуги і які його етапи?
18. Які можуть бути причини передчасного виникнення фази старіння реабілітаційної послуги?
19. Від яких чинників залежить перебіг етапів життєвого циклу реабілітаційної послуги?
20. Що таке канали розповсюдження реабілітаційних послуг?
21. Які характеристики каналів розповсюдження реабілітаційних послуг Вам відомі?

Контрольні запитання (Лекція 4).

1. Розкрийте зміст поняття «маркетингове середовище реабілітаційного центру».
2. У чому полягає основне завдання аналізу маркетингового середовища?
3. У чому полягає важливість постійного аналізу маркетингового середовища?
4. Які етапи процесу аналізу маркетингового середовища Вам відомі?
5. За допомогою яких методів можна здійснювати аналіз маркетингового середовища?
6. Що таке SWOT-аналіз?
7. У чому полягає метод Делфі?
8. Що таке маркетингове макросередовище і які його елементи?
9. З чого складається модель 5 сил конкуренції? Яка із цих складових є центральною?
10. Які фактори і показники маркетингового макросередовища?
11. Що таке маркетингове мікросередовище і які його елементи?
12. Які фактори й показники маркетингового мікросередовища?
13. Що таке керовані та некеровані фактори маркетингового середовища і що до них відносять?
14. Які фактори впливають на поведінку споживачів?
15. Розкрийте зміст поняття «референтні групи»?
16. Що таке контрольовані та неконтрольовані фактори, які впливають на купівельну поведінку клієнта і що до них відносять?
17. Назвіть 5 етапів механізму купівлі реабілітаційної послуги.

Контрольні запитання (Лекція 5).

1. Що таке маркетингові дослідження ринку послуг?
2. Яка роль маркетингових досліджень?
3. Яка мета маркетингових досліджень?
4. Які основні завдання маркетингових досліджень?
5. Які Вам відомі етапи процесу маркетингових досліджень?
6. Чим первинна інформація відрізняється від вторинної?
7. За допомогою яких шляхів можна зібрати первинну інформацію?
8. Які три основні способи зв'язку дослідника з об'єктом дослідження при проведенні опитування?
9. За допомогою яких ознак класифікуються маркетингові дослідження?
10. Як поділяються маркетингові дослідження за характером їх виконання?
11. Чим кабінетні дослідження відрізняються від польових?
12. Що таке пілотні маркетингові дослідження?
13. Що таке панельні маркетингові дослідження?

Контрольні запитання (Лекція 6).

1. Дайте визначення терміну «комунікація».
2. Які існують відмінності між просто даними та інформацією.
3. Яка необхідна умова налагодження комунікативних процесів?
4. У чому полягає інформаційна потреба для керівників реабілітаційних закладів?
5. У чому полягає інформаційна потреба для клієнтів реабілітаційних закладів?
6. Які Вам відомі основні комунікативні закони?
7. Опишіть закон самовиникнення інформації.
8. Опишіть закон емоційного пригнічування логіки.
9. Які основні завдання вирішує комунікація в діяльності закладів сфери реабілітаційних послуг?
10. Які елементарні компоненти комунікації Вам відомі?
11. Хто є адресантом та адресатом повідомлення, якщо метою комунікаційного процесу є інформування громадськості про нові види послуг, які надає заклад?
12. Хто є адресантом та адресатом повідомлення, якщо ціллю комунікацій є доведення до відома персоналу реабілітаційної установи результатів надання реабілітаційних послуг?
13. Від яких особливостей залежить вибір каналу комунікації для передачі інформаційного повідомлення клієнтам?
14. Які вам відомі канали комунікації для передачі інформаційного повідомлення клієнтам?
15. Що Ви розумієте під поняттям «інформаційний шум»?
16. Які Вам відомі головні фільтри у процесі комунікацій реабілітаційних установ та громадськості?
17. Опишіть «ситуацію», як важливий елемент комунікативного процесу в ефективній роботі реабілітаційних центрів. Зазначте переваги цього елемента.
18. З яких етапів складається процес здійснення комунікацій?
19. Які Вам відомі принципи формування змісту повідомлення?
20. Опишіть методику для зменшення розбіжностей між точкою зору комунікатора і підходом аудиторії.
21. Як при формуванні повідомлення буде враховуватися «індивідуалізація», як одна із специфічних характеристик реабілітаційної послуги?
22. Як при формуванні повідомлення буде враховуватися «конфіденційність», як одна із специфічних характеристик реабілітаційної послуги?
23. У чому полягає суть теорії повідомлень і вибору ЗМІ Літмана Вальтера?
24. На яких чотирьох важливих факторах базується стратегія подачі повідомлення?

25. Що означає поняття «семантика»? Опишіть використання семантики при формуванні інформаційного повідомлення.
26. З якою метою використовуються символи при формуванні інформаційних повідомлень?
27. Які види бар'єрів при передачі інформаційного повідомлення у сфері реабілітаційних послуг Вам відомі?
28. Які Вам відомі регулятори швидкості прийняття нових ідей?
29. Назвіть стадії процесу сприйняття нової реабілітаційної послуги.
30. Які Вам відомі пункти комунікацій? Опишіть їх.
31. Які моделі комунікацій Вам відомі?
32. Опишіть лінійну модель комунікації. Реабілітаційним центрам якої форми власності вона властива?
33. Опишіть інтерактивну модель комунікації. Реабілітаційним центрам якої форми власності вона властива?
34. Опишіть трансакційну модель комунікації. Реабілітаційним центрам якої форми власності вона властива?
35. Які типи комунікацій Вам відомі?

Контрольні запитання (Лекція 7).

1. Що таке маркетингова комунікація?
2. Які головні цілі маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг?
3. Які підпорядковані цілі маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг?
4. Які Вам відомі елементи маркетингових комунікацій?
5. Дайте визначення поняттю «паблік рілейшнз».
6. У чому полягає головна ціль зв'язків з громадськістю?
7. Які функції паблік рілейшнз Вам відомі?
8. Які інструменти і форми паблік рілейшнз Вам відомі?
9. Які напрямки зв'язків з громадськістю властиві реабілітаційним центрам?
10. З яких частин складаються будь-які заходи зв'язків з громадськістю?
11. Що таке система RACE?
12. Дайте визначення поняттю «персональний продаж».
13. Яка відмінність персонального продажу від реклами та паблік рілейшнз?
14. Які характерні особливості властиві персональному продажу?
15. Які методи персонального продажу Вам відомі?
16. Назвіть та опишіть етапи персонального продажу.
17. Що таке реклама?
18. Які основні функції реклами Вам відомі?
19. Які основні види реклами Вам відомі?
20. Які основні засоби реклами Вам відомі?
21. Які терміни дії реклами у різних засобах її розповсюдження?

22. Які п'ять принципіальних рішень необхідно прийняти при розробці рекламної програми?
23. Які засоби маркетингових комунікацій включає теоретична модель закладів сфери реабілітаційних послуг?
24. Назвіть складові системи маркетингових комунікацій закладів сфери реабілітаційних послуг.
25. Назвіть вимоги до творчої концепції реклами, як засобу маркетингових комунікацій.
26. Назвіть вимоги до текстового матеріалу або звукового оформлення реклами.
27. Назвіть вимоги до засобу розповсюдження реклами.
28. Назвіть вимоги до термінів дії реклами.
29. Перечисліть вимоги до презентацій та демонстрацій, як компонентів зв'язків з громадськістю.
30. Перечисліть вимоги до виступів у засобах масової інформації, одного із компонентів зв'язків з громадськістю.
31. Назвіть вимоги до індивідуального прийому або особистого візиту, як одного із компонентів усної презентації.
32. Напишіть та прокоментуйте формулу усного представлення реабілітаційної послуги.
33. Якими вимогами доцільно керуватися при побудові комунікаційного процесу у сфері реабілітаційних послуг?
34. Які Вам відомі рекомендації щодо налагодження маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг?

Контрольні запитання (Лекція 8).

1. Дайте визначення поняттю «якість реабілітаційних послуг».
2. У чому полягає важливість оцінки якості реабілітаційних послуг?
3. Які чинники впливають на оцінку якості реабілітаційних послуг?
4. Від яких факторів залежить зміст інформаційних повідомлень реабілітаційних закладів?
5. Назвіть недоліки інформаційних матеріалів, які є найбільш розповсюджені у практичній діяльності реабілітаційних закладів.
6. Які доцільні варіанти розміщення інформації для батьків неповносправних дітей Вам відомі?
7. Які фактори впливають на формування у батьків неповносправних дітей довіри до отримання реабілітаційної послуги?
8. Сформулюйте залежність між віком дитини та фактором, який впливає на формування довіри її батьків.
9. Які заходи, сприяють підвищенню оцінки якості реабілітаційних послуг?
10. Які чинники впливають на вартість реабілітаційної послуги?

