

**Перелік питань для складання заліку  
з дисципліни «Стратегічний менеджмент і маркетинг»**

1. Концептуальні засади стратегічного управління розвитком підприємств.
2. Сутність та компоненти стратегії. Стратегічне планування.
3. Передумови виникнення стратегічного управління підприємством. Переваги стратегічного підходу до управління.
4. Основні завдання стратегічного управління підприємством.
5. Місія і цілі організації. Сучасні зміни у філософії управління підприємством.
6. Формування та реалізація основних стратегій управління підприємством.
7. Методи стратегічного управління.
8. Методи оцінки і вибору стратегій.
9. Аналіз факторів, що враховуються при виборі стратегій. Причини неефективного управління.
10. Типи ситуацій в стратегічному управлінні підприємством.
11. Стратегії поведінки підприємств в умовах конкуренції.
12. Класифікація стратегій конкуренції.
13. Базові стратегії. Ефект масштабу та ефект освоєння.
14. Стратегія мінімізації витрат.
15. Стратегія фокусування. Стратегія диференціації.
16. Класифікація стратегій диверсифікації.
17. Підходи в стратегії зміни курсу та реструктуризації.
18. Функціональні стратегії.
19. Напрями реалізації наступальної стратегії.
20. Стратегія прямої і зворотної вертикальної інтеграції.
21. Стратегії, характерні для лідерів. Стратегії для організацій, що слідує за лідером.
22. Стратегії для слабких організацій і організацій у кризовому становищі.
23. Формування портфеля стратегій. Інструменти стратегічного управління, що використовуються при формуванні портфеля стратегій.
24. Стратегічне управління технологічними інноваціями у підприємницькій діяльності.
25. Вплив технологічних нововведень на ефективність підприємницької діяльності.
26. Проблеми управління в умовах технологічних новацій.
27. Стратегії розвитку бізнесу на базі нових технологій.
28. Дослідження і розробки в розвитку туристичного бізнесу.
29. Сутність і сфера стратегічного маркетингу.
30. Маркетингова політика як база для планування діяльності підприємства.
31. Роль маркетингу в стратегічному плануванні. Стратегічний маркетинг.

32. Завдання стратегічного маркетингу. Взаємозв'язок принципів управління економікою і стратегічного маркетингу.
33. Стратегічний і тактичний маркетинг. Стратегічний маркетинг як перша функція управління.
34. Місія та цілі в системі стратегічного маркетингу.
35. Поняття ринкова частка, "стратегічний господарський підрозділ" та "портфель бізнесу".
36. Специфіка стратегічного маркетингу сфери послуг.
37. Засоби реалізації маркетингу в туризмі.
38. Інформаційні технології в маркетингу туристичних підприємств.
39. Міжнародна інформаційна діяльність як складова стратегічного маркетингу.
40. Міжнародна інформаційна діяльність: поняття, види та основні напрями.
41. Мета та функції міжнародної інформаційної діяльності. Міжнародне співробітництво в галузі інформації.
42. Особливості передачі міжнародної аналітики.
43. Технології проведення оглядів різних міжнародних аналітичних агентств.
44. Технології управління інформацією та інформаційним ресурсом.
45. Сучасні міжнародні інформаційні системи: класифікація.
46. Феномен комунікаційного процесу. Поняття масової інформації.
47. Громадські медіа та Інтернет-журналістика.
48. Методи аналізу при проведенні комунікаційних кампаній.
49. «Паблік рілейшнз»: поняття, функції, базові цілі.
50. Інформаційна війна: поняття, сутність, мета і завдання.
51. Закони, закономірності і принципи ведення інформаційних війн.
52. Стратегічний аналіз середовища та визначення конкурентних переваг.
53. Внутрішнє та зовнішнє маркетингове середовище підприємств.
54. Аналіз макросередовища.
55. Аналіз мікросередовища.
56. Аналіз галузевої конкуренції. Оцінка привабливості галузі з позиції окремого підприємства.
57. Детермінанти конкурентної переваги. Концепція рушійних сил.
58. Модель п'яти сил конкуренції.
59. Методика картування стратегічних груп.
60. Аналіз використання потенціалу організації. Сильні і слабкі сторони організації.
61. SWOT-аналіз. Порівняльний аналіз конкурентних переваг.
62. Оцінка конкурентоспроможності підприємства.
63. Оцінка конкурентоспроможності товару та послуги.
64. Матричні методи оцінки рівня конкурентоспроможності. Поняття конкурентного статусу підприємства.