

**Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського
Кафедра економіки та менеджменту**

**Екзаменаційні вимоги
з навчальної дисципліни
“Стратегічний менеджмент і маркетинг”**

Рівень вищої освіти – магістр

Галузь знань – 24 Сфера обслуговування

Спеціальність – 241 Готельно-ресторанна справа

Факультет туризму

©Іванова Л.О.

**Запитання для підготовки до екзамену з дисципліни
«Стратегічний менеджмент і маркетинг»**

1. Сутність та значення стратегічного менеджменту і маркетингу.
2. Місце стратегічного менеджменту і маркетингу в структурі управління підприємством.
3. Основні категорії стратегічного менеджменту і маркетингу.
4. Функції стратегічного менеджменту і маркетингу.
5. Принципи стратегічного менеджменту і маркетингу.
6. Поняття та значення стратегій. Ієрархія стратегій підприємства.
7. Елементи та види управлінських стратегій.
8. Процес та рівні маркетингового стратегічного планування.
9. Завдання, принципи та функції маркетингового стратегічного планування.
10. Моделі та рівні стратегічного планування.
11. План маркетингу, його складові та різновиди.
12. Міфи та ілюзії про стратегічний менеджмент і маркетинг.
13. Сутність і структура маркетингового середовища підприємства.

14. Фактори і показники маркетингового макросередовища.
15. Фактори і показники маркетингового мікросередовища.
16. Етапи аналізування маркетингового середовища підприємства.
17. Ціль та значення процесу аналізування маркетингового макросередовища підприємства. PEST–аналіз.
18. Модель п'яти сил конкуренції М. Портера.
19. Ціль та значення аналізування маркетингового мікросередовища підприємства.
20. Інструменти маркетингового стратегічного аналізу.
21. Сутність та процес SWOT – аналізу.
22. Аналіз ринкових можливостей та загроз підприємства.
23. Аналіз сильних та слабких сторін підприємства.
24. Аналіз конкурентних переваг підприємства.
25. Основні сфери та показники конкурентних переваг підприємства.
26. Виникнення, сутність та зміст STP-маркетингу.
27. Групи факторів, що впливають на запровадження STP-маркетингу.
28. Роль сегментування ринку у визначенні стратегії підприємства.
29. Процес сегментації ринку та вибору цільового сегмента.
30. Фактори та критерії сегментації.
31. Принципи ефективної сегментації.
32. Вибір цільового сегмента та стратегії маркетингу.
33. Поняття цільового сегмента та його привабливості.
34. Вимоги до цільового сегмента та процес його оцінки.
35. Оцінка привабливості ринку.
36. Оцінка сегментів в процесі вибору цільового сегмента.
37. Стратегії вибору цільових ринків.
38. Основні підходи до розроблення стратегічних альтернатив.
39. Складові плану зростання підприємства.
40. Умови застосування та процес вибору стратегій зростання.
41. Сутність та класифікація маркетингових стратегій зростання.
42. Маркетингові стратегії інтенсивного зростання.
43. Маркетингові стратегії інтеграційного зростання.
44. Маркетингові стратегії диверсифікації.
45. Можливості інтенсивного, інтеграційного та диверсифікаційного зростання за Ф. Котлером.
46. Маркетингові стратегії консолідації.
47. Стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства.
48. Сутність, завдання та методологічний інструментарій стратегічного управління портфелем бізнесу підприємства.
49. Основні функції та етапи портфельного аналізу.
50. Базові конкурентні стратегії М. Портера.
51. Основні положення та етапи побудови матриці Бостонської консультативної групи.
52. Основні види стратегічних господарських підрозділів за матрицею Бостонської консультативної групи.

- 53.Різновиди стратегій за портфельною матрицею Бостонської консультативної групи.
- 54.Переваги і недоліки портфельної матриці Бостонської консультативної групи.
- 55.Сутність та етапи побудови матриці Мак Кінсі – Дженерал Електрик.
- 56.Види стратегій згідно з матрицею Мак Кінсі – Дженерал Електрик.
- 57.Переваги, обмеження та недоліки матриці Мак Кінсі – Дженерал Електрик.
- 58.Модель стратегічного аналізу PIMS: призначення, переваги та недоліки.
59. Поняття диференціації. Ознаки диференціації за Ф. Котлером.
- 60.Поняття та різновиди маркетингових стратегій диференціації.
- 61.Сутність, основні завдання та ключові фактори позиціонування.
- 62.Поняття та різновиди маркетингових стратегій позиціонування.
- 63.Позиційна схема та етапи її побудови.
- 64.Значення і місце позиціонування в маркетинговій діяльності підприємства.
- 65.Поняття маркетингових конкурентних стратегій та їх класифікація.
- 66.Різновиди маркетингових конкурентних стратегій за А. Літлом, М. Портером, Д. Джоббером, Ф. Котлером.
- 67.Маркетингові стратегії ринкового лідера.
- 68.Маркетингові стратегії підприємства-челенджера.
- 69.Маркетингові стратегії підприємств-послідовників.
- 70.Маркетингові стратегії ринкової ніші.

Рекомендована література

Основна:

1. Агафонов, В.А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры: Монография / В.А. Агафонов. - М.: Инфра-М, 2019. - 350 с.
2. Бараненко, С.П. Стратегический менеджмент. / С.П. Бараненко. - М.: Центрполиграф, 2019. - 480 с.
3. Басій Н.Ф. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник / Н.Ф. Басій, Н.Р. Балук. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. – 456 с.
4. Василенко В.О. Стратегічне управління підприємством: [навчальний посібник] / В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – 2-е вид., випр. і допов. – К: Центр учбової літератури, 2004. – 400 с.
5. Веснин В.Р., Кафидов В.В. Стратегическое управление. - СПб.: Питер, 2017. - 256 с.
6. Виноградова О. В., Крижко О.В.. Маркетинговий менеджмент. ч.2. «Організація офісної діяльності». Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2018. – 137 с.
7. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии / В.А. Винокуров. – М: Центр экономики и маркетинга, 2015. – 270 с.
8. Гапоненко, А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление. - М.: Омега-Л, 2015. - 464 с.

9. Гуськов, Ю.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Ю.В. Гуськов. - М.: Альфа-М, 2019. - 448 с.
10. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 146 с.
11. Дей Д. Стратегический маркетинг: Как завоевать и удержать лидерские позиции в эпоху глобальной конкуренции / Д. Дей. – [пер. с англ. В.Егоров]. – М.:ЭКСМО, 2003. – 632 с.
12. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: [навч. посіб.] / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко. – 2-ге вид. – К: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.
13. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии / П. Дойль. – [3-е изд.]. – [пер. с англ. под ред. Ю.Н.Каптуревского]. – СПб.: Питер, 2004. – 544 с.
14. Євтушевський В. А. Стратегія корпоративного управління / В. А. Євтушевський, К. В. Ковальська, Н. В. Бутенко. – К: Знання, 2015. – 287 с.
15. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент: підручник. К.: Каравела, 2019. 464 с
16. Казакова Н.А. Маркетинговый анализ. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с.
17. Карпова С.В., Мхитарян С.В., Русин В.Н. Маркетинговый анализ. Теория и практика: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.
18. Корецький М.Х. Стратегічне управління: навчальний посібник. / М.Х. Корецький, О.І. Дацій, А.О. Дегтяр. – К: Центр учбової літератури, 2007. – 240 с.
19. Кревенс Д. Стратегический маркетинг / Д. Кревенс. – М-СПБ.-К., 2003. – 752 с.
20. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник / Н.В. Куденко. – К: КНЕУ, 2006. – 152 с.
21. Лужнова Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник/ Лужнова Н.В., Калиева О.М.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017.— 289 с.
22. Мізюк Б.М. Стратегічне управління: [підручник] / Б.М. Мізюк. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: Магнолія, 2008. – 392 с.
23. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: [монографія] / В.В. Пастухова. - К: КНТЕУ, 2002. – 302 с.
24. Підгірна В.Н. Менеджмент: тренінговий курс : навч.практ. Чернівці: Чернів.нац.у-т ім. Ю. Федьковича, 2019. 160 с.
25. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Н.Ю. Подольчак. – 2-ге вид., зі змінами та доп. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016.- 424 с.
26. Попов С.А. Стратегический менеджмент: Актуальный курс: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.А. Попов. - М.: Юрайт, 2019. - 463 с.
27. Руденко В. П., Вацеба В. Я., Підгірна В. Н., Цепенда М. В. та ін.

- Менеджмент туристичної індустрії : підручник у 3-х частинах. Чернівці : ЧНУ, 2019. 504 с.
28. Савельева, Н.А. Стратегический менеджмент / Н.А. Савельева. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2017. - 382 с.
 29. Синяева И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности : учебник/ Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В.— М.: Дашков и К, 2019.— 266 с.
 30. Скiбiцький О.М. Стратегiчний менеджмент: навчальний посiбник / О.М. Скiбiцький. – К: Центр учбової лiтератури, 2006. – 312 с .
 31. Стратегический маркетинг : учебное пособие. В 2 ч.Ч. 1 / И.В. Котляревская ; Мин-во науки и высшего образования РФ.— 3-е изд., перераб. и доп.— Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019.— 138 с
 32. Стратегический маркетинг: Уч. / В.Н.Наумов - 2 изд. - М.:НИЦ ИНФРА-М,2020 - 356 с.
 33. Стратегический менеджмент : учебное пособие / В.М. Джуха, И.С. Штапова, Н.П. Жуковская. — Москва : КНОРУС, 2019. — 282 с.
 34. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений : справоч. пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 320 с.
 35. Стратегiчне управлiння : навчальний посiбник для студентiв вищих навчальних закладiв / Уклад.: В.О. Могилко, Ш.А. Дмiтриєв, Р.В. Сагайдак-Нiкiтюк, I. Ю. Шевченко, О.А. Ященко. – Х. ХНАУ, 2016. – 252 с
 36. Стратегiчне управлiння: Навчальний посiбник. Для студентiв усiх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент» / Гевко О.Б., Шведа Н.М. – Тернопiль ФОП Паляниця В. А., 2016. – 152 с.
 37. Стратегiчний маркетинг : навчальний посiбник / за ред. Ларiної Я.С. - Херсон: ОЛДI-ПЛЮС, 2019. 364 с
 38. Стратегiчний менеджмент. [текст] навч. посiб. / За заг. ред. Бутка М.П., [М.П. Бутко, М.Ю. Дiтковська, С.М. Задоржна та iн.] – К. : «Центр учбової лiтератури», 2016. – 376 с
 39. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. — М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. - 576 с.
 40. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент /Р.А. Фатхутдинов. – М: ЗАО «Бизнес-школа», 2015. – 275 с.
 41. Чала Н. Д. Стратегiчний маркетинг та особливостi його використання в дiяльностi великих компанiй [Текст] / Н. Д. Чала, I. В. Архипенко // Вiсник Киiвського національного унiверситету технологiй та дизайну. Серiя Економiчнi науки. - 2018. - № 1 (119). - С. 65-73.
 42. Шершньова З.Є. Стратегiчне управлiння: пiдручник / З.Є. Шершньова. - 2-ге вид., перероб. i допов. - К: КНЕУ, 2004. - 699 с.
 43. Шифрин, М.Б. Стратегический менеджмент / М.Б. Шифрин. - СПб.: Питер, 2017. - 320 с.

44. Экономическая стратегия фирмы / под ред. А.П. Градова. – СПб.: Специальная литература, 2015. – 237 с.

Додаткова:

1. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление / Д.А. Аакер. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М: Экономика, 1989. – 519 с.
3. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия / Г.Ассель; [пер. с англ. М.З. Штенгард]. – М: ИНФРА-М, 2001. – 804 с.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление. - 3-е изд., перераб. и доп. - М: Экономистъ, 2004. - 296 с.
5. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга / Д. Джоббер. – [пер. с англ.]. – [уч.пособие]. – М: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 688 с.
6. Джуха В.М., Жуковская Н.П., Кокин А.Н., Штапова И.С. - Стратегический менеджмент (для бакалавров). Учебное пособие - КноРус - 2019 - 282с.
7. Котлер Ф. Маркетинговый менеджмент: [підручник] / Ф.Котлер., К.Л.Келлер, А.Ф.Павленко. – К: Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
8. Котляревская И.В. Стратегический маркетинг : учебное пособие/ Котляревская И.В. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 244 с.
9. Кузнецов, Б.Т. Стратегический менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100 / Б.Т. Кузнецов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 623 с.
10. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – 2-ге вид., виправл., доповн. – К: Академвидав, 2007. – 464 с.
11. Куцмида А. Т. Маркетинг інновацій як інструмент ефективної діяльності підприємства / Куцмида А. Т., Гузар У. Є. – Режим доступу: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/13857/1/52.pdf>
12. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен. – [пер. с фр.]. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
13. Литвак Б. Г. Стратегический менеджмент. Учебник для бакалавров - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 507с.
14. Лозик Н.Ф., Кузина М.Н., Царегородцев Д.В., Семенова А.А. - Стратегический менеджмент - Русайнс - 2020 - 150с.
15. Мардас А. Н., Гуляева О. А., Кадиев И. Г. Стратегический менеджмент 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 176с.
16. Маркетинг: підручник / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін. ; за ред. А.О. Старостіної. – К: Знання, 2009. – 1070 с.
17. Никифорова Л.Е. Современный стратегический анализ. Концепции, модели, инструменты : учебное пособие/ Никифорова Л.Е., Цуриков С.В., Разомасова Е.А.— Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2017.— 250 с.
18. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход /

- Дж.О'Шонесси. - [пер. с англ.]. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
19. Осовська Г.В. Стратегічний менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г.В. Осовська, О.Л. Іщук, І.В. Жалінська. - К: Кондор; 2003. - 194с.
 20. Павленчик Н. Ф. Особенности менеджмента предприятий гостиничноресторанного бизнеса / Н. Ф. Павленчик // Актуальные научные исследования в современном мире : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Алматы, 2017. – С. 191–195.
 21. Павленчик Н. Ф. Соціально-економічні засади менеджменту готельноресторанного бізнесу / Н. Ф. Павленчик // Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфери обслуговування : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів, 2017. – С. 67–70.
 22. Павленчик Н. Ф. Управлінські аспекти готельно-ресторанного бізнесу / Павленчик Н. Ф. // Проблеми та перспективи розвитку економіки України в умовах глобалізації : матеріали Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. - Львів, 2017. - С. 143-145.
 23. Паска М. Особливості підготовки фахівців для сфери обслуговування зі спеціальності „Готельно-ресторанна справа” / М. Паска // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2020. – С. 391–393.
 24. Паска М. Формування професійних компетентностей магістрів спеціальності 241 „Готельно-ресторанна справа” / Марія Паска // Маркетинг ХХІ століття: виклики змін : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 25-річчю заснування кафедри маркетингу і комерційної діяльності ХДУТ / редкол. О. Черевко. – Харків, 2020. – С. 263–265.
 25. Портер М. Международная конкуренция / М.Портер. – [под ред. и предсл. В.Д. Щетинина]. – М: Международные отношения, 1993. – 896 с.
 26. Расмел И.М. Метод McKinsey: Использование техник ведущих стратегических консультантов для себя и своего бизнеса / И.М. Расмел. – [пер. с англ. М. Иванова, М. Фербера]. – М: Альпина-бизнес букс, 2003. – 194 с.
 27. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы: Справочное пособие / Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н., - 3-е изд. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 132 с.
 28. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры : монография / В.А. Агафонов. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 276 с.
 29. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. матеріалів наук.-практ. семінару (3 жовтня 2019 р., с. Гута) / Уляна Гузар, Марія Паска, Орислава Коркуна, Оріся Іжевська. – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. – 64 с.
 30. Томпсон А. А., Стрикленд Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учеб. для вузов / пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

31. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / А.А.Томпсон, Дж. А. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. — Москва : Банки и биржи ; ЮНИТИ, 2017. - 576 с.
32. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. – [2-е изд.]. – СПб.: Питер, 2002. – 448 с.
33. Шифрин М. Б. Стратегический менеджмент. 3-е изд., испр. и доп. Учебник для академического бакалавриата - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 321с.
34. Шкарбун В.Д. Маркетинговые основы стратегического планирования: Теория, методология, практика. – [2-е изд.] – М: Дело, 2007. – 376 с.

Інформаційні ресурси інтернет:

1. Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Електронний каталог ЛДУФК імені Івана Боберського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://3w.ldufk.edu.ua>
3. Електронний репозитарій ЛДУФК імені Івана Боберського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/>
4. Електронні ресурси Львівської наукової бібліотеки ім. Стефаника НАН України. Електронний режим доступу: <http://www.lsl.lviv.ua/e-resources.htm>.
5. Електронні ресурси Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. Електронний режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-resources>.
6. Електронний каталог Львівської обласної універсальної бібліотеки. Електронний режим доступу: http://lounb.ddns.net:4321/cgi-bin/irbis64r_11/cgiirbis_64.exe.
7. Сервіс для пошуку наукових джерел Google Scholar. Електронний режим доступу: <https://scholar.google.com.ua>.
8. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: <http://sostav.ua/section/advindustry/advcommunications/pr>