

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

Екзаменаційні вимоги
з навчальної дисципліни “Маркетинговий менеджмент”

Рівень вищої освіти – **другий (магістерський)**

Галузь знань – **07 Управління та адміністрування**

Спеціальність – **073 Менеджмент**

Освітня програма – **Менеджмент**

©Іванова Л.О.

Запитання для підготовки до екзамену з дисципліни
«Маркетинговий менеджмент»

1. Сутність та основні категорії маркетингового менеджменту.
2. Мета і завдання маркетингового менеджменту.
3. Основні та специфічні функції маркетингового менеджменту.
4. Принципи та методи маркетингового менеджменту.
5. Процес маркетингового менеджменту та його завдання.
6. Етапи процесу маркетингового менеджменту.
7. Основні завдання організації маркетингової діяльності.
8. Принципи організації маркетингового менеджменту.
9. Алгоритм створення маркетингового підрозділу на підприємстві.
10. Функції, права та обов’язки служби маркетингу на підприємстві.
11. Еволюція розвитку організаційних структур маркетингу.
12. Типові моделі організації маркетингових підрозділів.
13. Інтегровані та неінтегровані маркетингові організаційні структури.
14. Сутність та основні цілі маркетингового планування.
15. Основні положення маркетингового планування.
16. Завдання та принципи маркетингового планування.
17. Класифікація маркетингових планів.
18. Структура плану маркетингу.

19. Методи розробки планів маркетингу.
20. Алгоритм процесу маркетингового планування.
21. Основні критерії оцінки якості маркетингового планування.
22. Сутність стратегічного маркетингового планування.
23. Мета і завдання стратегічного маркетингового планування.
24. Основні принципи стратегічного маркетингового планування.
25. Етапи процесу стратегічного маркетингового планування.
26. Сутність та класифікація маркетингових стратегій.
27. Маркетингові стратегії за елементами комплексу маркетингу.
28. Маркетингові стратегії залежно від загальноекономічного стану підприємства.
29. Маркетингові стратегії залежно від ступеня сегментації ринків збуту.
30. Маркетингові стратегії залежно від конкурентних позицій підприємства.
31. Маркетингові стратегії за ознакою конкурентних переваг.
32. Маркетингові стратегії залежно від позиціонування за матрицею БКГ.
33. Процес вибору маркетингових стратегій.
34. Чинники впливу на вибір оптимальної маркетингової стратегії.
35. Сутність і зміст тактичного планування маркетингу.
36. Сутність і зміст оперативного планування маркетингу.
37. Порядок розроблення маркетингових тактичних та оперативних планів.
38. Сутність та класифікація маркетингових програм.
39. Процес розробки маркетингових програм.
40. Управління розробкою та реалізацією комплексу маркетингу.
41. Управління товарною політикою підприємства.
42. Управління ціновою політикою підприємства.
43. Управління збутовою політикою підприємства.
44. Управління комунікаційною політикою підприємства.
45. Сутність і зміст процесу контролю маркетингу.
46. Види маркетингового контролю
47. Основні рівні контролю маркетингу.
48. Аналіз маркетингової діяльності підприємства та його завдання.
49. Поняття, мета та основні характеристики маркетингового аудиту.
50. Процес маркетингового аудиту.

Література

Основна

1. Борисенко О.С. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник / О.Борисенко, А.Шевченко, Ю.Фісун, О.Храпко. К.: НАУ. – 2022. – 204 с.
2. Іванова Л.О. Маркетинговий менеджмент. Дистанційний курс. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://study.ldufk.edu.ua/course/view.php?id=1477>
3. Ковшова І.О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика : монографія. Видавництво: ФОП Вишемирський В.С., 2018. 516 с. URL:

http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/15760/Kovshova_Marketynhovyi_menedzhment_teoriia_metodolohiia_praktyka.pdf?sequence=1&isAllowed=y

4. Менеджмент та маркетинг інновацій. Монографія / За заг. ред. проф. С.М. Ілляшенка. Харків: Університетська книга. – 2024. – 618 с.
5. Овечкіна О.А. Планування маркетингу / О.Овечкіна, К.Солоха, В.Іванова. К.: Центр учбової літератури. – 2024. – 352 с.
6. Яроміч, С., Бекетова, О., & Брєєва, Є. (2022). Маркетинговий менеджмент у сфері послуг: філософія бізнесу, інструментарій та сучасні тренди. *Підприємництво та інновації*, (22), 59-66. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/22.10>

Допоміжна

1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. К: Знання, 2019. 332 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/38037/1/Bilovodsk_a.pdf;jsessionid=3EDA38E45569DA3A0B91BDC0548F3A7C
2. Буняк Н.М. Маркетинговий менеджмент: конспект лекцій. Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2019. – 76 с.
3. Іванова Л.О. Маркетинг послуг / Л.О. Іванова, Б.Б. Семак, О.М. Вовчанська. – Навчальний посібник. Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2018. – 507с.
4. Іванова Л.О. Детермінанти активізації розвитку усвідомленого споживання в контексті соціально-етичного маркетингу /О.М.Вовчанська, Л.О.Іванова //Науково-практичний журнал з економічних наук «Науковий погляд: економіка та управління» №1 (81) 2023. – Видавничий дім «Гельветика», 2023. – 210 с. – С. 15-25.
5. Іванова Л.О. Сторітелінг в системі маркетингових комунікацій компанії / О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова // Приазовський економічний вісник. Електронний науковий журнал №2 (31), 2022. Запоріжжя: Класичний приватний університет.- 141 с. – С.48-55.
6. Іванова Л.О. Особливості реалізації інструментів маркетингу в умовах воєнного стану / О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова // Журнал «Економіка та суспільство». Випуск № 38, 2022. – С. 21-29.
7. Kotabe M., Helsen K. Global Marketing Management. 7th ed. — Wiley, — 2022. 700 p.
8. Маркетинговий менеджмент / Навчальний посібник / Є. В. Крикавський, І. О. Дейнега, О. В. Дейнега, І. Ф. Лорві. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 380 с.
9. Мосійчук І.В. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні / І.В. Мосійчук. – 2017. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/25081>

10. Поліщук, С., & Вітченко, Є. (2021). Маркетинговий менеджмент на фоні підприємницької діяльності в Україні. Економіка та суспільство, (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-8>
11. Федорченко А.В. Бенчмаркінг. Навчальний посібник / А.Федорченко, Я.Ларіна, Ю.Ремезь. Одеса:Олді-Плюс, 2023. – 472 с.
12. Шульга Л.В., Терещенко І.О., Горілей В.Ю. Система маркетингового менеджменту підприємства. Агросвіт. 2019. № 18. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/18_2019/10.pdf

Інформаційні ресурси в Інтернеті

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>.
8. Діджиталізація: як не втратити конкурентну перевагу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/notes/digital-innovation.html>
9. Львівське статуправління: – <http://www.stat.lviv.ua>
10. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
11. Українська асоціація маркетингу (офіційний сайт) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/ukr/>

