*Перечень вопросов для подготовки к промежуточным аттестациям и экзамену*

**Примерные задания текущего контроля**

*1. На какой вопрос должен ответить раздел «Производственный план»?*

а) какая продукция предлагается фирмой

б) способно ли данное предприятие произвести потребное количество продукции в установленный срок

в) как выгоднее реализовать произведенную продукцию

*2. Какой раздел показывает затраты на единицу продукции, цену на единицу продукции и прибыль за единицу продукции?*

а) «Виды товаров и услуг»

б) «План маркетинга»

в) «Производственный план»

*3. В каком разделе можно узнать - планирует ли предприятие выпуск новых видов продукции?*

а) «План маркетинга»

б) «Производственный план»

в) « Рынки сбыта продукции»

*4. На основании какого раздела можно дать оценку потенциальной емкости рынка?*

а) « Рынки сбыта продукции»

б) «План маркетинга»

в) «Финансовый план»

*5. На основании какого раздела можно дать оценку возможности объмов* продаж?

а) «Производственный план»

б) «Финансовый план»

в) « Рынки сбыта продукции»

*6. Главная цель бизнес-плана - это*

а) выпуск запланированного объема продукции

б) расширение предпринимательской деятельности

в) получение прибыли

7. *Какой раздел включает пункт «Схема распространения товаров»*

а) «Производственный план»

б) «Возможности фирмы»

в) «План маркетинга»

*8. Центральным разделом плана развития предприятия является:*

а) «Финансовый план»

б) план повышения экономической эффективности производства

в) производственная программа

*9. В каком разделе можно найти ответ на вопрос: «Как лучше вести торговлю - со складов, через посредников, через магазины или заказы по почте»?*

а) «Конкуренция на рынках сбыта»

б) «План маркетинга»

в) «Производственный план»

*10. Текущее планирование охватывает*

а) планирование производства

б) планирование НИОКР

в) планирование стратегии развития предприятия

*11. Где указано количество оборудования, необходимого для выполнения данного объема производства?*

а) «Возможности фирмы»

б) «Производственный план»

в) «Организационный план»

*12. Какой раздел включает в себя пункт «ценообразование»?*

а) «Финансовая стратегия»

б) «Оценка риска и страхование»

в) «План маркетинга»

*13. Кем составляется оперативный план?*

а) отделом маркетинга

б) отделом сбыта

в) отделом производства

*14. Какой раздел является обобщающим в бизнес-плане?*

а) «План маркетинга»

б) «Производственный план»

в) «Финансовый план»

*1*5. *Кем составляется план (отчет) о доходах и расходах?*

а) экономической службой

б) отделом кадров

в) отделом маркетинга

**Примерные тестовые задания промежуточного контроля**

1. Позиции, по которым стратегический план отличается от других видов плана:

структура

степень точности

объем

период действия

стиль изложения

цели

2. Характерные черты стратегического планирования:

содержит совокупность глобальных идей развития фирмы

устремлен на краткосрочную перспективу

служит основой для любого другого вида планирования

предусматривает альтернативные действия на долгосрочный период

не обусловливает изучение внешней и внутренней среды хозяйствования

3. Верные определения:

стратегическое планирование более узкое понятие, чем стратегический менеджмент

стратегический менеджмент сфокусирован на принятии оптимальных стратегических решений, а стратегическое планирование связано с достижением стратегических результатов

стратегическое планирование – инструмент управления планами, а стратегический менеджмент – организационный инструмент

стратегическое планирование – организационный инструмент, стратегический менеджмент – аналитический процесс

в стратегическом планировании используются экономические и технологические переменные, а в стратегическом менеджменте, кроме того, учитываются психологические, социологические и политические факторы

4. Раздел стратегического плана, в котором рассматриваются вопросы планирования себестоимости, доходов, прибыли, рентабельности и т.д.

базовая стратегия

стратегический организационный план

стратегический план производства

стратегический финансовый план

5. Стратегическое планирование – это …

стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения

процесс разработки стратегии фирмы с конкретизацией в форме стратегического плана на длительный период времени

комплекс решений и действий по разработке стратегии, необходимых для достижения целей фирмы

комплексный план мероприятий, включающий проектирование, строительство, приобретение технологий, оборудования, подготовку кадров и т.д., направленных на создание нового или модернизацию действующего производства товаров с целью получения экономической выгоды

6. Раздел стратегического плана предприятия, в котором находят отражение показатели объема производства продукции в целом и по видам

маркетинг

трудовые ресурсы

финансовые ресурсы

производство

7. Раздел стратегического плана, в котором рассматриваются вопросы концепции стратегического маркетинга, анализа рынка, жизненного цикла товара, сегментирования рынка товара, стратегии ценообразования, классификации и анализа конкурентов, планирования сбыта и товародвижения, планирования рекламной кампании

миссия и стратегические цели предприятия

стратегический анализ

стратегический план маркетинга

стратегический организационный план

стратегический план производства

8. Три основные элемента, составляющие процесс стратегического менеджмента:

стратегический контроль и регулирование

определение миссии предприятия

формирование целей и задач предприятия

реализация стратегии

анализ и оценка внешней и внутренней среды

анализ видов стратегии

составление стратегического плана

стратегический менеджмент

стратегическое планирование

9. Составные элементы процесса «стратегическое планирование»

стратегический контроль и регулирование

определение миссии предприятия

формирование целей и задач предприятия

реализация стратегии

анализ и оценка внешней и внутренней среды

анализ видов стратегии

составление стратегического плана

стратегический менеджмент

10. Последовательность, в которой должны отражаться этапы процесса стратегического планирования

1. миссия предприятия

2. цели предприятия

3. стратегический анализ

4. концепция общей стратегии

5. планирование

**Примерный перечень вопрос итогового контроля**

1. Роль маркетинга в стратегическом планировании.
2. Структура плана маркетинга и его содержание.
3. Проблемы, организация и реализация плана маркетинга.
4. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности на предприятии.
5. Стратегии развития маркетинговой деятельности предприятия.
6. Стратегии консолидации маркетинговой деятельности предприятия.
7. План маркетинга, виды, структура, содержание.
8. Организационные структуры управления маркетинговой деятельностью на предприятии.
9. Маркетинговый контроль, виды, процесс.
10. Определение потребности в проведении маркетингового анализа.
11. Выбор методов проведения маркетингового анализа.
12. Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований.
13. Статистические методы маркетингового анализа и обработки данных.
14. Модели, используемые в маркетинговом анализе.
15. Методы оптимизации маркетингового анализа.
16. Методы прогнозирования в маркетинговом анализе.
17. Коммуникационный процесс исследовательской маркетинговой деятельности.
18. Понятия потребительского рынка и рынка товаров производственного назначения.
19. Модель поведения покупателей на потребительском рынке.
20. Модель поведения потребителей на рынках товаров производственного назначения.
21. Основные факторы, определяющие характеристики потребителей.
22. Участники процесса покупки товаров производственного назначения.
23. Основные факторы, влияющие на поведение покупателей товаров производственного назначения.
24. Влияние маркетингового анализа на улучшение финансовых показателей предприятия.
25. Анализ рынка.
26. Изучение товаров.
27. Потребители как предмет анализа.
28. Анализ конкурентов.
29. Анализ ценовой политики предприятия и стратегии ценообразования.
30. Анализ процесса товародвижения.
31. Экспертиза.
32. Контроль в сфере маркетинга.
33. Повышение рыночной эффективности деятельности предприятия с помощью маркетингового анализа.
34. Влияние маркетингового анализа на улучшение социальной и экономической ситуации в регионе.
35. Выявление резервов использования ресурсов предприятия на основе маркетингового анализа.
36. Как оценить нынешнее состояние рынка и перспективы его развития.
37. Как проанализировать конкурентную позицию фирмы на данном рынке.
38. Как провести анализ и выявить характеристики потенциальных посредников.
39. Как оценить условия сотрудничества с различными поставщиками.
40. Цели и критерии анализа ассортимента.
41. Анализ маркетинговых показателей ассортимента.
42. Анализ прибыльности товаров, а ассортименте.
43. Анализ факторов, влияющих на ценообразование.
44. Анализ конкурентоспособности цены.
45. Общая характеристика сбытовой политики.
46. Анализ маркетинговых коммуникаций.
47. Оценка эффективности предприятия.