

Питання з дисципліни
«Діагностування маркетингової діяльності підприємства»
(магістри, 5-й курс)

1. Сутність діагностичних процесів в галузі оцінювання конкурентного середовища підприємства.
2. Основні підходи та методи в діагностиці ієрархічного конкурентного середовища.
3. Система показників оцінки конкурентного середовища підприємства.
4. Структура маркетингового макросередовища.
5. Аналіз факторів макросередовища маркетингу.
6. Аналіз факторів середовища безпосереднього оточення.
7. Поняття конкурентоспроможності підприємства.
8. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства.
9. Класифікація підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства.
10. Методика діагностики конкурентоспроможності підприємства.
11. Поняття конкурентоспроможності продукції підприємства.
12. Аналіз факторів впливу на конкурентоспроможність продукції підприємства
13. Класифікація та систематизація критеріїв оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.
14. Методика діагностики і конкурентоспроможності продукції підприємства та розробка напрямків її підвищення.
15. Система маркетингової інформації, методи збору і аналізу.
16. Аналіз рентабельності товарів, ринків, збутових територій і каналів розподілу.
17. Аналіз витрат маркетингу.
18. Діагностика товарної політики підприємства.
19. Діагностика цінової політики підприємства.
20. Діагностика збутової політики підприємства.
21. Діагностика комунікаційної політики підприємства.
22. Діагностика торгового персоналу підприємства.
23. Аналіз системи оцінки ефективності підприємства.
24. Аналіз ефективності витрат маркетингової діяльності.
25. Аналіз методик фінансової діагностики.
26. Діагностика ділової активності.
27. Діагностика фінансових результатів діяльності підприємства.
28. Фінансові показники аналізу маркетингової діяльності.