

Міністерство освіти і науки України
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародних економічних відносин та управління проектами

О. Л. Тоцька

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

Методичні вказівки до самостійної роботи



Луцьк
Вежа-Друк
2017

УДК 339.9:658(072)
ББК 65.5-21я73-9+65.5-34я73-9
Т 63

Рекомендовано до друку науково-методичною радою Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки (протокол № 8 від 24.05.2017 року).

Рецензенти:

Павліха Н. В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та управління проектами Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки;

Ніколаєв І. В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету.

Тоцька О. Л.

Т 63 Менеджмент і маркетинг : метод. вказівки до самост. роботи / Олеся Леонтіївна Тоцька. – Луцьк : Вежа-Друк, 2017. – 36 с.

Наведено запитання для самоконтролю та тестові питання для модульного контролю з дисципліни «Менеджмент і маркетинг».

Рекомендовано студентам другого курсу галузі знань 0302 «Міжнародні відносини» напрямів підготовки 6.030201 «Міжнародні відносини» та 6.030205 «Країнознавство».

УДК 339.9:658(072)
ББК 65.5-21я73-9+65.5-34я73-9

ЗМІСТ

Вступ	4
Запитання для самоконтролю з теми 1 «Сутність і значення менеджменту»	5
Запитання для самоконтролю з теми 2 «Сутність, особливості та класифікація функцій менеджменту»	7
Запитання для самоконтролю з теми 3 «Організації як об'єкти управління»	9
Запитання для самоконтролю з теми 4 «Планування як загальна функція менеджменту»	10
Запитання для самоконтролю з теми 5 «Вступ до маркетингу»	11
Запитання для самоконтролю з теми 6 «Організація маркетингової діяльності»	13
Запитання для самоконтролю з теми 7 «Маркетингові дослідження»	15
Тестові питання до модульного контролю 1	17
Тестові питання до модульного контролю 2	26
Рекомендована література	34

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг» є формування системи знань із менеджменту та маркетингу, набуття практичних умінь бізнес-планування.

Основними *завданнями* вивчення курсу є з'ясування сутності та особливостей менеджменту й маркетингу; набуття вмінь розробляти бізнес-план підприємства.

Згідно з вимогами програми навчальної дисципліни студенти повинні:

знати суть менеджменту та його функцій; характеристику організацій як об'єктів управління; зміст маркетингу; особливості організації маркетингової діяльності та маркетингових досліджень;

вміти надавати загальну характеристику діяльності підприємства, його продукції та ринків збуту; планувати маркетингову, виробничу, організаційну та фінансову діяльність підприємства.

Наведені в методичних вказівках запитання для самоконтролю складені до всіх семи тем курсу.

На тестові питання для модульного контролю подано по чотири відповіді, серед яких одна правильна. Правильні відповіді на запитання студенти мають знайти в рекомендованій літературі.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ З ТЕМИ 1 «СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ»

№ з/п	Запитання	Відповідь
1	2	3
1	Який метод дослідження в менеджменті використовують для вимірювання впливу чинників на узагальнюючий показник?	
2	Які методи дослідження в менеджменті ґрунтуються на соціологічних опитуваннях вибірки цільових респондентів?	
3	Який метод дослідження в менеджменті постає як сукупність методологічних засобів, процедур, прийомів, спрямованих на дослідження складних об'єктів з урахуванням усіх наявних взаємозв'язків і динамічних характеристик?	
4	Який закон менеджменту спрямований на досягнення єдності зусиль усіх підрозділів, служб, працівників для виконання завдань організації?	
5	Які методи дослідження в менеджменті застосовують за неможливості через складність взаємозв'язків дослідити розвиток об'єкта під впливом різноманітних чинників?	
6	Який закон менеджменту передбачає розподіл управлінської діяльності на засадах застосування конкретних функцій менеджменту і таких категорій, як повноваження, компетентність, відповідальність тощо?	
7	Який метод дослідження в менеджменті передбачає вивчення досліджуваного явища в розвитку з урахуванням причин, умов і чинників, які зумовили зміни, тенденції розвитку явища тощо?	
8	Який закон менеджменту передбачає послідовну та перманентну (постійну) еволюцію всіх управлінських систем організації?	
9	Які методи дослідження в менеджменті застосовують при вивченні випадкових або імовірнісних явищ?	

1	2	3
10	Який закон менеджменту акцентує увагу на участі працівників в управлінських процесах, забезпеченні двостороннього спілкування, розвитку особистих і професійних якостей підлеглих тощо?	
11	Який метод дослідження в менеджменті полягає в розчленуванні цілого на частини та розгляданні їх як цілого?	
12	Який закон менеджменту спрямований на підвищення ефективності управлінської праці, зменшення трудомісткості через упровадження передових методів і прийомів праці?	
13	Який метод дослідження в менеджменті вивчає явища в розвитку, а саме – взаємозумовлений і суперечливий розвиток явищ дійсності?	
14	Який закон менеджменту покликаний сформулювати оптимальний рівень делегування вищим керівництвом нижчим рівням своїх повноважень?	
15	Які методи дослідження в менеджменті використовують за умови, коли неможливо кількісно визначити певні параметри?	

**ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ З ТЕМИ 2
«СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ФУНКЦІЙ
МЕНЕДЖМЕНТУ»**

№ з/п	Запитання	Відповідь
1	2	3
1	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління працею?	
2	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління дільницею?	
3	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління зовнішньоекономічною діяльністю?	
4	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління цехом?	
5	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління технологією?	
6	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління збутом?	
7	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління знаряддями праці?	
8	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління підприємством?	
9	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління постачанням?	
10	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління інформацією?	
11	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління бригадою?	
12	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління основним виробництвом?	
13	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління відділом?	

1	2	3
14	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління допоміжним виробництвом?	
15	За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління проектною групою?	

**ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ З ТЕМИ 3
«ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТИ УПРАВЛІННЯ»**

№ з/п	Запитання	Відповідь
1	За якою класифікаційною ознакою організації поділяють на національні, з іноземними інвестиціями, іноземні?	
2	На якому етапі життєвого циклу організації відбувається формування іміджу підприємства?	
3	За якою класифікаційною ознакою організації поділяють на промислові, торговельні тощо?	
4	На якому етапі життєвого циклу організації відбувається суттєве розширення цільових сегментів ринку?	
5	За якою класифікаційною ознакою організації поділяють на малі, великі та середні?	
6	На якому етапі життєвого циклу організації відбувається згортання діяльності?	
7	За якою класифікаційною ознакою організації поділяють на прості та складні?	
8	На якому етапі життєвого циклу організації відбувається залучення значних обсягів інвестицій?	
9	За якою класифікаційною ознакою організації поділяють на формальні та неформальні?	
10	На якому етапі життєвого циклу організації відбувається проникнення на ринок?	
11	За якою класифікаційною ознакою організації поділяють на механістичні й органістичні?	
12	На якому етапі життєвого циклу організації відбувається закріплення на ринку?	
13	За якою класифікаційною ознакою організації поділяють на приватні, комунальні, державні тощо?	
14	На якому етапі життєвого циклу організації відбувається подальше розширення сегментів ринку?	
15	За якою класифікаційною ознакою організації поділяють на юридичні та неюридичні особи?	

**ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ З ТЕМИ 4
«ПЛАНУВАННЯ ЯК ЗАГАЛЬНА ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ»**

№ з/п	Запитання	Відповідь
1	До якої частини SWOT-аналізу відноситься висока собівартість виробів?	
2	До якої частини SWOT-аналізу відносяться ефективні рекламні заходи?	
3	Як у матриці БКГ називається товар, який зберігає провідне становище на ринку за окреслення спаду виробництва?	
4	До якої частини SWOT-аналізу відноситься інфляція?	
5	До якої частини SWOT-аналізу відноситься соціально-політична стабільність?	
6	До якої частини SWOT-аналізу відноситься збільшення обсягів збуту товарів-замінників?	
7	Як у матриці БКГ називається товар, який займає провідне становище на ринку?	
8	До якої частини SWOT-аналізу відноситься висока кваліфікація працівників?	
9	До якої частини SWOT-аналізу відноситься вузький асортимент продукції?	
10	Як у матриці БКГ називається товар, який займає на ринку малу частку та характеризується повільними темпами росту виробництва?	
11	До якої частини SWOT-аналізу відноситься застаріле обладнання?	
12	Як у матриці БКГ називається товар, який не має сприятливих конкурентних позицій на ринках за високих обсягів виробництва?	
13	До якої частини SWOT-аналізу відноситься вихід на міжнародний ринок?	
14	До якої частини SWOT-аналізу відноситься позитивний імідж у споживачів?	
15	До якої частини SWOT-аналізу відносяться несприятливі зміни у законодавстві?	

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ З ТЕМИ 5
«ВСТУП ДО МАРКЕТИНГУ»

№ з/п	Запитання	Відповідь
1	2	3
1	За якого виду маркетингу попит знижується?	
2	За якого виду маркетингу попит необхідно зробити реальним?	
3	За якого виду маркетингу попит ірраціональний?	
4	За якого виду маркетингу попит потрібно стабілізувати?	
5	Який із принципів маркетингової діяльності, виділених Ф. Котлером, орієнтований на те, що споживачі не купуватимуть товари фірми в достатній кількості, якщо вона не докладе певних зусиль у сфері збуту та стимулювання?	
6	За якого виду маркетингу попит потенційний?	
7	За якого виду маркетингу попит необхідно поновити?	
8	За якого виду маркетингу попит надмірний?	
9	За якого виду маркетингу попит потрібно застабілізувати?	
10	Який із принципів маркетингової діяльності, виділених Ф. Котлером, передбачає, що запорукою досягнення мети фірми є визначення потреб цільових ринків і забезпечення їх бажаної задоволеності більш ефективними та продуктивними, порівняно з конкурентами, способами?	
11	За якого виду маркетингу попит коливається?	
12	За якого виду маркетингу попит необхідно створити?	
13	За якого виду маркетингу попит негативний?	
14	За якого виду маркетингу попит необхідно знизити?	
15	Який із принципів маркетингової діяльності, виділених Ф. Котлером, стверджує, що споживачі прихильні до товарів з найвищою якістю?	
16	За якого виду маркетингу попит відповідає можливостям фірми?	

1	2	3
17	За якого виду маркетингу попит слід звести до нуля?	
18	Який із принципів маркетингової діяльності, виділених Ф. Котлером, стверджує, що споживачі мають прихильність до товарів, які широко розповсюджені та доступні за вартістю?	
19	За якого виду маркетингу попит відсутній?	
20	За якого виду маркетингу попит слід стимулювати?	

**ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ З ТЕМИ 6
«ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

№ з/п	Запитання	Відповідь
1	2	3
1	Як називається етап управління фірмою, на якому відбувається розробка оперативного плану?	
2	Який вид диверсифікаційного зростання полягає в поповненні асортименту зовсім іншими товарами?	
3	Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є ступенем відповідності продукції вимогам, специфікаціям і сподіванням?	
4	Як називається етап управління фірмою, на якому приймається рішення про проведення ситуаційного аналізу?	
5	Який вид інтеграційного зростання полягає в жорсткому контролі за системою розподілу?	
6	Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є відношенням кількості продукції, виробленої фірмою, до затрат на її виробництво?	
7	Як називається етап управління фірмою, на якому формується прогноз?	
8	Який вид диверсифікаційного зростання полягає в розширенні номенклатури виробів ідентичними товарами?	
9	Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є творчим процесом пристосування продукту, послуг до зовнішніх і внутрішніх вимог, запитів?	
10	Як називається етап управління фірмою, на якому реалізовується оперативний план?	
11	Який вид інтеграційного зростання полягає в жорсткому контролі за роботою постачальників?	
12	Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є ступенем досягнення фірмою поставлених перед нею цілей?	
13	Як називається етап управління фірмою, на якому відбувається висунення ідей?	

1	2	3
14	Який вид диверсифікаційного зростання полягає в поповненні асортименту товарами, так чи інакше пов'язаними з тими, що виробляє фірма?	
15	Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є співвідношенням між валовими прибутками та сумарними витратами?	
16	Як називається етап управління фірмою, на якому приймається рішення про розробку тактики за обраної стратегії?	
17	Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є інтегральним показником того, якою мірою праця задовольняє потреби людини не лише в матеріальному заробітку, а й у прагненні розкрити та розвинути її потенціал?	
18	Як називається етап управління фірмою, на якому приймаються рішення для стратегічного планування?	
19	Який вид інтеграційного зростання полягає в контролі за діяльністю конкурентів?	
20	Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є ступенем використання фірмою ресурсів?	

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ З ТЕМИ 7
«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ»

№ з/п	Запитання	Відповідь
1	2	3
1	Яка характеристика інформації відображає співвідношення необхідних і одержаних повідомлень до моменту їх використання?	
2	Які цілі полягають в перевірці гіпотези про будь-який причинно-наслідковий зв'язок?	
3	На якому етапі маркетингового дослідження відбувається вироблення рекомендацій?	
4	Згідно якого методу визначення конкурентоздатності фірми порівняння корпорацій відбувається за допомогою параметрів, що відображають споживчі якості товарів?	
5	Яка характеристика інформації відображає ступінь відповідності реальним значенням досліджуваних показників?	
6	На якому етапі маркетингового дослідження відбувається аналіз вторинної інформації?	
7	Згідно якого методу визначення конкурентоздатності фірми переважають ті з них, де показники відносної вартості факторів виробництва виявлялися нижчими?	
8	Скільки етапів містить процес дослідження у сфері маркетингу за Г. Дж. Болтом?	
9	На якому етапі маркетингового дослідження відбувається використання результатів?	
10	Які цілі полягають в описі певної проблеми або явища?	
11	В основу якого методу визначення конкурентоздатності фірми покладено розробку критерію для визнання наявного в галузі рівня конкуренції достатнім для підтримання високої ефективності господарської діяльності?	
12	На якому етапі маркетингового дослідження відбувається одержання первинної інформації?	

1	2	3
13	Яка характеристика інформації відображає час, упродовж якого її зміст не застарів?	
14	Який метод визначення конкурентоздатності фірми ґрунтується на ідеї висвітлення процесів конкуренції в динаміці?	
15	На якому етапі маркетингового дослідження відбувається визначення проблеми?	
16	Скільки існує основних методів збирання первинних даних?	
17	Які цілі полягають в доборі будь-яких попередніх даних, на підставі чого можна виробити гіпотезу?	
18	На якому етапі маркетингового дослідження відбувається аналіз даних?	
19	Яка характеристика інформації відображає кількість помилкових символів на певний обсяг інформаційного повідомлення?	
20	Згідно якого методу визначення конкурентоздатності фірми країна спеціалізується на виробництві й експорті тих товарів, які їй обходяться дешевше, порівняно з ідентичними товарами виробників інших країн?	

ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ 1

Тема 1

1. Які методи дослідження в менеджменті застосовують за неможливості через складність взаємозв'язків дослідити розвиток об'єкта під впливом різноманітних чинників?

- а) економіко-математичні;
- б) моделювання;
- в) соціологічні;
- г) експертні.

2. Який метод дослідження в менеджменті вивчає явища в розвитку, а саме – взаємозумовлений і суперечливий розвиток явищ дійсності?

- а) системний;
- б) діалектичний;
- в) аналітичний;
- г) балансовий.

3. Який закон менеджменту спрямований на підвищення ефективності управлінської праці, зменшення трудомісткості через упровадження передових методів і прийомів праці?

- а) економії часу в управлінні;
- б) спеціалізації управління;
- в) пропорційного розвитку систем управління;
- г) демократизації управління.

4. Який метод дослідження в менеджменті полягає в розчленуванні цілого на частини та розгляданні їх як цілого?

- а) балансовий;
- б) конкретно-історичний;
- в) системний;
- г) аналітичний.

5. Який закон менеджменту акцентує увагу на участі працівників в управлінських процесах, забезпеченні двостороннього спілкування, розвитку особистих і професійних якостей підлеглих тощо?

- а) оптимального поєднання централізації та децентралізації;
- б) інтеграції управління;
- в) демократизації управління;
- г) спеціалізації управління.

6. Який метод дослідження в менеджменті передбачає вивчення досліджуваного явища в розвитку з урахуванням причин, умов і чинників, які зумовили зміни, тенденції розвитку явища тощо?

- а) конкретно-історичний;
- б) аналітичний;
- в) діалектичний;
- г) системний.

7. Який закон менеджменту покликаний сформувати оптимальний рівень делегування вищим керівництвом нижчим рівням своїх повноважень?

- а) демократизації управління;
- б) пропорційного розвитку систем управління;
- в) інтеграції управління;
- г) оптимального поєднання централізації та децентралізації.

8. Які методи дослідження в менеджменті використовують за умови, коли неможливо кількісно визначити певні параметри?

- а) експертні;
- б) економіко-математичні;
- в) соціологічні;
- г) моделювання.

9. Який закон менеджменту спрямований на досягнення єдності зусиль усіх підрозділів, служб, працівників для виконання завдань організації?

- а) оптимального поєднання централізації та децентралізації;
- б) інтеграції управління;
- в) спеціалізації управління;
- г) демократизації управління.

10. Які методи дослідження в менеджменті застосовують при вивченні випадкових або імовірнісних явищ?

- а) соціологічні;
- б) моделювання;
- в) економіко-математичні;
- г) експертні.

11. Який метод дослідження в менеджменті постає як сукупність методологічних засобів, процедур, прийомів, спрямованих на дослідження складних об'єктів з урахуванням усіх наявних взаємозв'язків і динамічних характеристик?

- а) аналітичний;
- б) діалектичний;
- в) балансовий;
- г) системний.

12. Який закон менеджменту передбачає розподіл управлінської діяльності на засадах застосування конкретних функцій менеджменту і таких категорій, як повноваження, компетентність, відповідальність тощо?

- а) спеціалізації управління;
- б) економії часу в управлінні;
- в) інтеграції управління;
- г) пропорційного розвитку систем управління.

13. Які методи дослідження в менеджменті ґрунтуються на соціологічних опитуваннях вибірки цільових респондентів?

- а) експертні;
- б) соціологічні;
- в) аналітичні;
- г) статистичні.

14. Який закон менеджменту передбачає послідовну та перманентну (постійну) еволюцію всіх управлінських систем організації?

- а) економії часу в управлінні;
- б) інтеграції управління;
- в) спеціалізації управління;
- г) пропорційного розвитку систем управління.

15. Який метод дослідження в менеджменті використовують для вимірювання впливу чинників на узагальнюючий показник?

- а) балансовий;
- б) аналітичний;
- в) діалектичний;
- г) системний.

Тема 2

16. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління проектною групою?

- а) суб'єктів управління;
- б) процесів управління;
- в) об'єктів управління;
- г) елементів виробничо-господарської діяльності.

17. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління постачанням?

- а) процесів управління;
- б) об'єктів управління;
- в) суб'єктів управління;
- г) елементів виробничо-господарської діяльності.

18. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління працею?

- а) об'єктів управління;
- б) елементів виробничо-господарської діяльності;
- в) процесів управління;
- г) суб'єктів управління.

19. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління підприємством?

- а) елементів виробничо-господарської діяльності;
- б) об'єктів управління;
- в) суб'єктів управління;
- г) процесів управління.

20. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління інформацією?

- а) процесів управління;
- б) об'єктів управління;
- в) елементів виробничо-господарської діяльності;
- г) суб'єктів управління.

21. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління бригадою?

- а) суб'єктів управління;
- б) елементів виробничо-господарської діяльності;
- в) процесів управління;
- г) об'єктів управління.

22. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління допоміжним виробництвом?

- а) процесів управління;
- б) суб'єктів управління;
- в) об'єктів управління;
- г) елементів виробничо-господарської діяльності.

23. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління знаряддями праці?

- а) об'єктів управління;
- б) елементів виробничо-господарської діяльності;
- в) суб'єктів управління;
- г) процесів управління.

24. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління відділом?

- а) суб'єктів управління;
- б) процесів управління;
- в) об'єктів управління;
- г) елементів виробничо-господарської діяльності.

25. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління основним виробництвом?

- а) об'єктів управління;
- б) елементів виробничо-господарської діяльності;
- в) суб'єктів управління;
- г) процесів управління.

26. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління дільницею?

- а) елементів виробничо-господарської діяльності;
- б) суб'єктів управління;

- в) процесів управління;
- г) об'єктів управління.

27. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління технологією?

- а) процесів управління;
- б) елементів виробничо-господарської діяльності;
- в) об'єктів управління;
- г) суб'єктів управління.

28. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління зовнішньоекономічною діяльністю?

- а) суб'єктів управління;
- б) об'єктів управління;
- в) елементів виробничо-господарської діяльності;
- г) процесів управління.

29. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління цехом?

- а) об'єктів управління;
- б) елементів виробничо-господарської діяльності;
- в) процесів управління;
- г) суб'єктів управління.

30. За якою класифікаційною ознакою виділяють таку функцію менеджменту, як управління збутом?

- а) процесів управління;
- б) об'єктів управління;
- в) суб'єктів управління;
- г) елементів виробничо-господарської діяльності.

Тема 3

31. За якою класифікаційною ознакою організації поділяють на промислові, торговельні тощо?

- а) способом і метою утворення;
- б) величиною;
- в) видами діяльності;
- г) формою власності.

32. За якою класифікаційною ознакою організації поділяють на юридичні та неюридичні особи?

- а) кількістю цілей;
- б) наявністю у статутному фонді підприємства іноземних інвестицій;
- в) способом утворення та формування статутного фонду;
- г) юридичним статусом.

33. На якому етапі життєвого циклу організації відбувається залучення значних обсягів інвестицій?

49. До якої частини SWOT-аналізу відноситься застаріле обладнання?

- а) загрози;
- б) можливості;
- в) слабкі позиції;
- г) сильні позиції.

50. До якої частини SWOT-аналізу відноситься висока кваліфікація працівників?

- а) загрози;
- б) сильні позиції;
- в) можливості;
- г) слабкі позиції.

51. До якої частини SWOT-аналізу відноситься вихід на міжнародний ринок?

- а) можливості;
- б) слабкі позиції;
- в) сильні позиції;
- г) загрози.

52. Як у матриці БКГ називається товар, який зберігає провідне становище на ринку за окреслення спаду виробництва?

- а) «дійна корова»;
- б) «зірка»;
- в) «важка дитина»;
- г) «собака».

53. До якої частини SWOT-аналізу відноситься позитивний імідж у споживачів?

- а) загрози;
- б) можливості;
- в) слабкі позиції;
- г) сильні позиції.

54. До якої частини SWOT-аналізу відноситься інфляція?

- а) слабкі позиції;
- б) сильні позиції;
- в) загрози;
- г) можливості.

55. Як у матриці БКГ називається товар, який не має сприятливих конкурентних позицій на ринках за високих обсягів виробництва?

- а) «собака»;
- б) «дійна корова»;
- в) «зірка»;
- г) «важка дитина».

56. До якої частини SWOT-аналізу відноситься вузький асортимент продукції?

- а) можливості;
- б) слабкі позиції;
- в) загрози;
- г) сильні позиції.

57. До якої частини SWOT-аналізу відносяться несприятливі зміни у законодавстві?

- а) загрози;
- б) можливості;
- в) сильні позиції;
- г) слабкі позиції.

58. Як у матриці БКГ називається товар, який займає провідне становище на ринку?

- а) «зірка»;
- б) «важка дитина»;
- в) «собака»;
- г) «дійна корова».

59. До якої частини SWOT-аналізу відносяться ефективні рекламні заходи?

- а) слабкі позиції;
- б) загрози;
- в) можливості;
- г) сильні позиції.

60. До якої частини SWOT-аналізу відноситься висока собівартість виробів?

- а) сильні позиції;
- б) можливості;
- в) слабкі позиції;
- г) загрози.

ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ 2**Тема 5**

1. За якого виду маркетингу попит слід звести до нуля?
 - а) конверсійний;
 - б) протидіючий;
 - в) демаркетинг;
 - г) ремаркетинг.
2. За якого виду маркетингу попит відповідає можливостям фірми?
 - а) підтримуючий;
 - б) розвиваючий;
 - в) синхромаркетинг;
 - г) стимулюючий.
3. За якого виду маркетингу попит необхідно зробити реальним?
 - а) ремаркетинг;
 - б) стимулюючий;
 - в) конверсійний;
 - г) розвиваючий.
4. Який із принципів маркетингової діяльності, виділених Ф. Котлером, стверджує, що споживачі прихильні до товарів з найвищою якістю?
 - а) концепція вдосконалення товару;
 - б) концепція вдосконалення виробництва;
 - в) концепція соціально-етичного маркетингу;
 - г) концепція маркетингу.
5. За якого виду маркетингу попит необхідно знизити?
 - а) ремаркетинг;
 - б) синхромаркетинг;
 - в) демаркетинг;
 - г) конверсійний.
6. За якого виду маркетингу попит негативний?
 - а) демаркетинг;
 - б) конверсійний;
 - в) протидіючий;
 - г) ремаркетинг.
7. За якого виду маркетингу попит необхідно створити?
 - а) стимулюючий;
 - б) підтримуючий;
 - в) синхромаркетинг;
 - г) розвиваючий.
8. Який із принципів маркетингової діяльності, виділених Ф. Котлером, орієнтований на те, що споживачі не купуватимуть товари фірми в достатній кількості, якщо вона не докладе певних зусиль у сфері збуту та стимулювання?
 - а) концепція маркетингу;
 - б) концепція соціально-етичного маркетингу;
 - в) концепція вдосконалення виробництва;
 - г) концепція інтенсифікації комерційних зусиль.

9. За якого виду маркетингу попит надмірний?

- а) демаркетинг;
- б) конверсійний;
- в) ремаркетинг;
- г) синхромаркетинг.

10. За якого виду маркетингу попит потрібно застабілізувати?

- а) розвиваючий;
- б) підтримуючий;
- в) синхромаркетинг;
- г) конверсійний.

11. За якого виду маркетингу попит відсутній?

- а) ремаркетинг;
- б) розвиваючий;
- в) протидіючий;
- г) стимулюючий.

12. Який із принципів маркетингової діяльності, виділених Ф. Котлером, стверджує, що споживачі мають прихильність до товарів, які широко розповсюджені та доступні за вартістю?

- а) концепція соціально-етичного маркетингу;
- б) концепція вдосконалення виробництва;
- в) концепція маркетингу;
- г) концепція вдосконалення товару.

13. За якого виду маркетингу попит слід стимулювати?

- а) розвиваючий;
- б) стимулюючий;
- в) конверсійний;
- г) синхромаркетинг.

14. За якого виду маркетингу попит знижується?

- а) ремаркетинг;
- б) демаркетинг;
- в) стимулюючий;
- г) протидіючий.

15. За якого виду маркетингу попит потрібно стабілізувати?

- а) ремаркетинг;
- б) синхромаркетинг;
- в) конверсійний;
- г) підтримуючий.

16. За якого виду маркетингу попит потенційний?

- а) стимулюючий;
- б) конверсійний;
- в) ремаркетинг;
- г) розвиваючий.

17. Який із принципів маркетингової діяльності, виділених Ф. Котлером, передбачає, що запорукою досягнення мети фірми є визначення потреб цільових ринків і забезпечення їх бажаної задоволеності більш ефективними та продуктивними, порівняно з конкурентами, способами?

- а) концепція інтенсифікації комерційних зусиль;
- б) концепція маркетингу;
- в) концепція вдосконалення виробництва;

г) концепція соціально-етичного маркетингу.

18. За якого виду маркетингу попит ірраціональний?

- | | |
|-----------------|------------------|
| а) протидіючий; | в) ремаркетинг; |
| б) демаркетинг; | г) конверсійний. |

19. За якого виду маркетингу попит необхідно поновити?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| а) демаркетинг; | в) ремаркетинг; |
| б) розвиваючий; | г) стимулюючий. |

20. За якого виду маркетингу попит коливається?

- | | |
|---------------------|------------------|
| а) конверсійний; | в) протидіючий; |
| б) синхромаркетинг; | г) підтримуючий. |

Тема 6

21. Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є ступенем досягнення фірмою поставлених перед нею цілей?

- | | |
|-------------------|--------------------|
| а) економічність; | в) прибутковість; |
| б) дієвість; | г) продуктивність. |

22. Як називається етап управління фірмою, на якому відбувається розробка оперативного плану?

- | | |
|----------------------------|--------------------------|
| а) стратегічне планування; | в) маркетинговий синтез; |
| б) ситуаційний аналіз; | г) тактичне планування. |

23. Який вид інтеграційного зростання полягає в контролі за діяльністю конкурентів?

- | | |
|----------------------------|------------------------------|
| а) регресивна інтеграція; | в) горизонтальна інтеграція; |
| б) прогресивна інтеграція; | г) вертикальна інтеграція. |

24. Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є відношенням кількості продукції, виробленої фірмою, до затрат на її виробництво?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| а) прибутковість; | в) впровадження новацій; |
| б) продуктивність; | г) економічність. |

25. Як називається етап управління фірмою, на якому приймаються рішення для стратегічного планування?

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| а) маркетинговий синтез; | в) тактичне планування; |
| б) маркетинговий контроль; | г) стратегічне планування. |

26. Який вид диверсифікаційного зростання полягає в поповненні асортименту товарами, так чи інакше пов'язаними з тими, що виробляє фірма?

- а) конгломеративна диверсифікація;
- б) вертикальна диверсифікація;
- в) горизонтальна диверсифікація;
- г) концентрична диверсифікація.

27. Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є творчим процесом пристосування продукту, послуг до зовнішніх і внутрішніх вимог, запитів?

- а) впровадження новацій;
- б) якість;
- в) дієвість;
- г) якість трудового життя.

28. Як називається етап управління фірмою, на якому відбувається висунення ідей?

- а) тактичне планування;
- б) маркетинговий синтез;
- в) стратегічне планування;
- г) ситуаційний аналіз.

29. Який вид інтеграційного зростання полягає в жорсткому контролі за роботою постачальників?

- а) вертикальна інтеграція;
- б) горизонтальна інтеграція;
- в) прогресивна інтеграція;
- г) регресивна інтеграція.

30. Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є ступенем використання фірмою ресурсів?

- а) прибутковість;
- б) економічність;
- в) якість трудового життя;
- г) продуктивність.

31. Як називається етап управління фірмою, на якому приймається рішення про розробку тактики за обраної стратегії?

- а) стратегічне планування;
- б) тактичне планування;
- в) ситуаційний аналіз;
- г) маркетинговий синтез.

32. Який вид диверсифікаційного зростання полягає в розширенні номенклатури виробів ідентичними товарами?

- а) вертикальна диверсифікація;
- б) конгломеративна диверсифікація;
- в) концентрична диверсифікація;
- г) горизонтальна диверсифікація.

33. Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є інтегральним показником того, якою мірою праця

задовольняє потреби людини не лише в матеріальному заробітку, а й у прагненні розкрити та розвинути її потенціал?

- а) якість трудового життя;
- б) якість;
- в) продуктивність;
- г) впровадження новацій.

34. Як називається етап управління фірмою, на якому реалізовується оперативний план?

- а) маркетинговий синтез;
- б) стратегічне планування;
- в) тактичне планування;
- г) маркетинговий контроль.

35. Який вид інтеграційного зростання полягає в жорсткому контролі за системою розподілу?

- а) прогресивна інтеграція;
- б) вертикальна інтеграція;
- в) горизонтальна інтеграція;
- г) регресивна інтеграція.

36. Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є ступенем відповідності продукції вимогам, специфікаціям і сподіванням?

- а) продуктивність;
- б) дієвість;
- в) економічність;
- г) якість.

37. Як називається етап управління фірмою, на якому приймається рішення про проведення ситуаційного аналізу?

- а) тактичне планування;
- б) маркетинговий контроль;
- в) стратегічне планування;
- г) маркетинговий синтез.

38. Який вид диверсифікаційного зростання полягає в поповненні асортименту зовсім іншими товарами?

- а) концентрична диверсифікація;
- б) горизонтальна диверсифікація;
- в) вертикальна диверсифікація;
- г) конгломеративна диверсифікація.

39. Який із критеріїв маркетингової діяльності, виділених Д. С. Сінком, є співвідношенням між валовими прибутками та сумарними витратами?

- а) якість;
- б) економічність;
- в) прибутковість;
- г) дієвість.

40. Як називається етап управління фірмою, на якому формується прогноз?

- а) маркетинговий синтез;
- б) ситуаційний аналіз;
- в) маркетинговий контроль;
- г) стратегічне планування.

Тема 7

41. В основу якого методу визначення конкурентоздатності фірми покладено розробку критерію для визнання наявного в галузі рівня конкуренції достатнім для підтримання високої ефективності господарської діяльності?

- а) порівняльних переваг;
- б) теорії рівноваги фірми;
- в) теорії ефективної конкуренції;
- г) матричного.

42. На якому етапі маркетингового дослідження відбувається визначення проблеми?

- а) четвертому;
- б) третьому;
- в) другому;
- г) першому.

43. Яка характеристика інформації відображає ступінь відповідності реальним значенням досліджуваних показників?

- а) вірогідність;
- б) точність;
- в) актуальність;
- г) цінність.

44. Які цілі полягають в доборі будь-яких попередніх даних, на підставі чого можна виробити гіпотезу?

- а) пошукові;
- б) описові;
- в) експериментальні;
- г) вторинні.

45. Згідно якого методу визначення конкурентоздатності фірми переважають ті з них, де показники відносної вартості факторів виробництва виявлялися нижчими?

- а) матричного;
- б) теорії ефективної конкуренції;
- в) теорії рівноваги фірми;
- г) теорії якості товару.

46. На якому етапі маркетингового дослідження відбувається аналіз вторинної інформації?

- а) другому;
- б) третьому;
- в) четвертому;
- г) п'ятому.

47. Яка характеристика інформації відображає кількість помилкових символів на певний обсяг інформаційного повідомлення?

- а) повнота;
- б) вірогідність;
- в) корисність;
- г) точність.

48. Які цілі полягають в описі певної проблеми або явища?

- а) проблемні;
- б) експериментальні;
- в) пошукові;
- г) описові.

49. Який метод визначення конкурентоздатності фірми ґрунтується на ідеї висвітлення процесів конкуренції в динаміці?

- а) матричний;
- б) теорії рівноваги фірми;
- в) теорії якості товару;
- г) порівняльних переваг.

50. На якому етапі маркетингового дослідження відбувається одержання первинної інформації?

- а) першому;
- б) другому;
- в) третьому;
- г) четвертому.

51. Яка характеристика інформації відображає час, упродовж якого її зміст не застарів?

- а) цінність;
- б) актуальність;
- в) вірогідність;
- г) точність.

52. Скільки існує основних методів збирання первинних даних?

- а) три;
- б) шість;
- в) п'ять;
- г) чотири.

53. Згідно якого методу визначення конкурентоздатності фірми країна спеціалізується на виробництві й експорті тих товарів, які їй обходяться дешевше, порівняно з ідентичними товарами виробників інших країн?

- а) теорії ефективної конкуренції;
- б) теорії якості товару;
- в) порівняльних переваг;
- г) матричного.

54. На якому етапі маркетингового дослідження відбувається аналіз даних?

- а) четвертому;
- б) першому;
- в) третьому;
- г) п'ятому.

55. Яка характеристика інформації відображає співвідношення необхідних і одержаних повідомлень до моменту їх використання?

- а) актуальність;
- б) вірогідність;
- в) повнота;
- г) точність.

56. На якому етапі маркетингового дослідження відбувається вироблення рекомендацій?

- а) шостому;
- б) п'ятому;
- в) сьомому;
- г) четвертому.

57. Згідно якого методу визначення конкурентоздатності фірми порівняння корпорацій відбувається за допомогою параметрів, що відображають споживчі якості товарів?

- а) теорії ефективної конкуренції;
- б) порівняльних переваг;
- в) матричного;
- г) теорії якості товару.

58. На якому етапі маркетингового дослідження відбувається використання результатів?

- а) п'ятому;
- б) четвертому;
- в) шостому;
- г) сьомому.

59. Які цілі полягають в перевірці гіпотези про будь-який причинно-наслідковий зв'язок?

- а) експериментальні;
- б) пошукові;
- в) описові;
- г) первинні.

60. Скільки етапів містить процес дослідження у сфері маркетингу за Г. Дж. Болтом?

- а) шість;
- б) дев'ять;
- в) десять;
- г) сім.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. *Кузьмін О. Є.* Основи менеджменту: Підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – 2-ге вид., випр., доп. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
2. *Герасимчук В. Г.* Маркетинг: теорія і практика: навч. посіб. / В. Г. Герасимчук. – К.: Вища шк., 1994. – 327 с.

Навчально-методичне видання

Тоцька Олеся Леонтіївна

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

Методичні вказівки до самостійної роботи

Друкується в авторській редакції

Формат 60x84 ¹/₁₆. Обсяг 2,09 ум. друк. арк., 1,97 обл.-вид. арк.
Наклад 50 пр. Зам. 81. Видавець і виготовлювач – Вежа-Друк
(м. Луцьк, вул. Винниченка, 14, тел. (0332) 29-90-65).
Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України
ДК № 4607 від 30.08.2013 р.