

## Маркетинговий бізнес-консалтинг

### Питання до іспиту

1. Маркетинговий бізнес-консалтинг: зміст, завдання, основні види послуг.
2. Сутність та основні концепції маркетингу. Комплекс маркетингу.
3. Цілі, функції та види маркетингової діяльності фірми.
4. Маркетингова служба фірми та її функції.
5. Обґрунтування необхідності залучення зовнішніх консультантів з маркетингу.
6. Ринок маркетингових досліджень і консалтингу в Україні та світі.
7. Основні бізнес-процеси консалтингової компанії.
8. Типи та форми маркетингового консультування.
9. Основні етапи консультаційного процесу.
10. Основні проекти маркетингового консультування.
11. Інформаційне забезпечення консультаційного процесу.
12. Загальні та специфічні риси консалтингових послуг
13. Маркетинг консалтингових послуг.
14. Маркетингові показники ефективності бізнесу.
15. Маркетинговий аудит: сутність, завдання, етапи.
16. Аналіз впливу на бізнес макроекономічних та мікроекономічних параметрів маркетингового середовища.
17. Сутність та необхідність маркетингових досліджень.
18. Організація проведення маркетингового дослідження за допомогою консультанта.
19. Джерела маркетингової інформації.
20. Методи маркетингових досліджень.
21. Консультування з питань вибору сегментів маркетингового впливу.
22. Вибір стратегії охоплення ринку. Недиференційований, диференційований і концентрований маркетинг. Обґрунтування цільового сегменту ринку.
23. Позичування товару на ринку.
24. Прогнозування місткості (ємності) ринку.
25. Оцінка ринкової частки та інтенсивності конкуренції.
26. Поняття товару в маркетингу, його рівні.
27. Поняття, основні етапи і види життєвого циклу продукту. Життєвий цикл і маркетингова діяльність фірми.
28. Торгівельні марки та їхні функції. Вибір марочної стратегії фірми.
29. Ступінь новизни продукту. Методи створення нових товарів.
30. Консультування з розробки продуктової стратегії фірми.
31. Консультування з проектування, аналізу та оптимізації продуктового портфелю.
32. Ціна як елемент комплексу маркетингу. Цілі і фактори ціноутворення. Види цін.
33. Цілі та види цінової політики компанії.

- 34.Методи ціноутворення.
- 35.Консультування з питань вибору і реалізації цінової стратегії фірми.
- 36.Особливості міжнародного ціноутворення, основні цінові стратегії міжнародного маркетингу.
- 37.Канали розподілу продуктів: функції, рівні, структура. Типи ринкових посередників.
- 38.Консультування з питань стратегії охоплення ринку (стратегії інтенсивного, селективного та ексклюзивного збуту).
- 39.Способи організації та комплексна оцінка каналів розподілу.
- 40.Основні напрями консалтингу у сфері франчайзингу: послуги для потенційних франчайзерів та потенційних франчайзі.
- 41.Прямий маркетинг: сутність, види, програми.
- 42.Консультування з організації та ведення маркетингової діяльності компанії в мережі Інтернет.
- 43.Просування продукції. Комплекс маркетингових комунікацій.
- 44.Реклама: сутність, види, роль у маркетинговій діяльності.
- 45.Основні засоби і носії реклами. Рекламний макет. Маркетинг-кіт.
- 46.Етапи розроблення та реалізації рекламної програми фірми та оцінка її ефективності.
- 47.Паблік рілейшнз: сутність і основні прийоми формування громадської думки.
- 48.Іміджеві інструменти просування товарів і послуг фірми: спонсорство, благодійність, меценатство. Соціальні проекти фірми.
- 49.Консультування з розробки плану та підбору засобів просування компанії (продукту, бренду, проекту).
- 50.Інтернет-маркетинг. Просування товарів і послуг в Інтернеті. Сайт фірми та його маркетингові функції.
- 51.Основні принципи клієнтського маркетингу. Способи утримання, розвитку та повернення клієнтів. Лідогенерація.

## Рекомендована література

Балацький Є. О., Бондаренко А. Ф. Маркетинг: навч. посібник. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с. URL: [http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/50349/4/Balatskiy\\_Bondarenko\\_Marketing.pdf](http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/50349/4/Balatskiy_Bondarenko_Marketing.pdf)

Безкровний М. Ф., Кропивко М. Ф., Палеха Ю. І., Іщенко Т. Д. Управлінський консалтинг: підручник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2015. 336 с.

Вступ до маркетингу / за ред. Л. С. Шевченко. Харків: Нац. юрид. акад. України ім. Я. Мудрого, 2008.

Гончарук В.А. Маркетинговое консультирование. М.: Изд-во "Дело", 1998. URL: [http://web.krao.kg/6\\_marketing/0\\_pdf/27.pdf](http://web.krao.kg/6_marketing/0_pdf/27.pdf).

Маркетинг: навч. посібник / за ред. М. В. Мальчик. Рівне: НУВГП, 2014. 444 с. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/>

Маркетинговое консультирование : учебное пособие / сост. Т. В. Евстигнеева. Ульяновск : УЛГТУ, 2017. 215 с. URL: <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/236.pdf>.

Минко И. С., Степанова А. А. Маркетинг: учеб. пособие / под ред. И. С. Минко. СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2013. 155 с. URL: <https://books.ifmo.ru/file/pdf/1456.pdf>

Офіційний сайт консалтингової компанії Proconsulting. URL: <https://pro-consulting.ua>.

Офіційний сайт маркетингового агентства In-Scale. URL: <https://in-scale.ru/blog/>

Офіційний сайт Міжнародної консалтингової компанії «Євроконсалтинг». URL: <http://ek-ua.com/consulting-international-marketing.htm>

Офіційний сайт Міжнародної консалтингової компанії Sherpa Business Consulting. URL: [http://www.sherpaconsulting.ru/vidi\\_consulting/marketing\\_consulting.htm](http://www.sherpaconsulting.ru/vidi_consulting/marketing_consulting.htm)

Офіційний сайт Міжнародної консалтингової компанії Swiss Consalting Partners URL: <http://www.swisscp.ru/services/mconsulting/>

Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посібник. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/1787/1/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.pdf>.

Храбатин О. І., Яворська Л. В. Маркетинг: навч. посібник / за наук. ред. О. А. Тимчик. Київ, Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2014. 284 с. URL: [http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki\\_pracevlasht/marketing.pdf](http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/marketing.pdf).