

## ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Маркетинговая среда предприятия.
2. Факторы микросреды предприятия и их воздействие на деятельность предприятия.
3. Факторы макросреды предприятия и их воздействие на деятельность предприятия.
4. Факторы внутренней среды предприятия и их воздействие на коммерческий успех предприятия.
5. Взаимосвязь факторов внешней и внутренней среды предприятия.
6. Понятие, сущность и значение анализа хозяйственной деятельности.
7. Основные факторы, критерии и показатели деятельности фирмы.
8. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности.
9. Традиционные методы проведения анализа внутренней среды предприятия. Классификация методов экономического анализа.
10. Приемы, используемые в анализе.
11. Основные понятия экономического анализа.
12. Методы детерминированного факторного анализа.
13. Экономико-математические и экспертные методы анализа внутренней среды предприятия.
14. Методы линейного и динамического программирования. Теория игр. Теория массового обслуживания. Матричные методы анализа.
15. Область применения и методика проведения интуитивных методов анализа.
16. Направления анализа производства продукции
17. Методика анализа резервов роста товарной продукции.
18. Задачи анализа реализации продукции и источники информации
19. Направления анализа реализации продукции
20. Методика анализа резервов роста реализованной продукции.
21. Цель и источники информации об использовании основных средств и производственных мощностей.
22. Анализ структуры и движения основных средств. Анализ обеспеченности основными средствами производства.
23. Анализ интенсивности и эффективности использования основных средств.
24. Анализ использования производственных мощностей.
25. Цель и источники информации анализа использования материальных ресурсов.
26. Направления анализа использования материальных ресурсов.

27. Анализ показателей эффективности использования материальных ресурсов и факторов, влияющих на их изменение.
  28. Задачи анализа трудовых ресурсов и источники информации.
  29. Направления анализа трудовых ресурсов.
  30. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов.
- Анализ использования фонда заработной платы.
31. Содержание, задачи и источники информации анализа затрат.
  32. Направления анализа затрат
  33. Особенности анализа комплексных статей себестоимости.
- Факторы снижения себестоимости.
34. Анализ состава и динамики прибыли.
  35. Анализ рентабельности продукции.
  36. Содержание и задачи управленческого учета.
  37. Определение безубыточного объема продаж и кромки безопасности предприятия.
  38. Обоснование решения «производить или закупать».
  39. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности
  40. Понятие, содержание и задачи финансового анализа.
- Информационная база финансового анализа.
41. Основные направления анализа финансового состояния предприятия.

## ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Цели, задачи и направления маркетингового анализа
  2. Методология маркетингового анализа.
  3. Объекты и значение анализа маркетинговой деятельности.
- Источники информации.
4. Анализ товарной политики.
  5. Анализ распределительной политики.
  6. Анализ ценовой политики предприятия.
  7. Анализ коммуникационной политики.
  8. Анализ эффективности маркетинговой деятельности предприятия
  9. Методика PEST-анализа.
  10. Методики качественного анализа факторов внешней среды.
  11. Методики количественного анализа факторов внешней среды.
  12. Методика анализа значимости факторов внешней среды.

13. Корреляционно-регрессионный анализ факторов внешней среды.
14. SWOT-анализ.
15. Анализ и прогнозирование состояния рынков сбыта
16. Анализ конкуренции на рынке.
17. Позиционирование предприятия в конкуренции.
18. Матричные методы анализа деятельности предприятия на рынке.
19. Содержание и методы оценки конкурентоспособности предприятия.
20. Понятие и методы оценки конкурентоспособности товара.
21. Анализ потребителей. Сегментация потребителей.
22. Анализ ресурсных рынков предприятия.
23. Анализ товаропроводящих сетей предприятия и их эффективности.
24. Влияние контактных аудиторий на деятельность предприятия.
25. Оценка силы действия конкурентных сил.
26. Основные направления и методы анализа экономических факторов внешней среды их анализа
27. Политико-правовые и международные факторы внешней маркетинговой среды. Экологические и природные факторы.
28. Научно-технические факторы внешней среды.
29. Анализ демографических, национальных и культурных факторов внешней среды
30. Роль внешней маркетинговой среды в построении маркетинговой стратегии предприятия