Практична робота на тему:

Маркетингові дослідження, планування збуту і контролю продукції.

1. Розробка плану збуту і контролю продукції, зміст та призначення.

2. Планування реклами та комунікаційна політика у здійсненні планів збуту і контролю продукції.

*Питання для обговорення та письмового опрацювання*:

1. Яку роль відіграє план збуту у виробничій програмі підприємства?

2. Які види товарів і робіт включаються в план збуту і контроль продукції?

3. Охарактеризуйте етапи розробки плану збуту і контролю продукції.

4. Що таке комунікаційна політика, її цілі та інструменти?

5. Реклама та які існують етапи планування рекламної діяльності?

6. З якими найбільш поширеними методами пов’язане складання кошторису на рекламні витрати?

7. З яких статей витрат можуть складатися щомісячні витрати на рекламу фірми виробника?

ТЕМА: Система планів підприємства.

1. Система планів підприємства, їх зміст, особливості, взаємозв’язок.

2. Методи та інструментарій розробки планів, їх інформаційна та нормативна база.

3. Організаційні форми планування.

*Питання для обговорення та письмового опрацювання*:

1. Що являє собою система планів підприємства і яке коло проблем вона вирішує?

2. Дати класифікацію видів планування по тривалості планового періоду і скласти їх коротку характеристику.

3. Які задачі розв’язуються на стратегічному і поточному рівні планування?

4. У чому суть оперативного рівня планування?

5. Дати характеристику технічно-економічного планування і кола питань, які воно вирішує.

6. У чому полягає планування соціального розвитку колективу підприємства?

7. Розкрити структуру і зміст плану економічного і соціального розвитку колективу підприємства?

8. Що є інформаційною базою підприємства?

9. Що входить до складу вихідної, проміжної та результативної інформації?

10.Що являють собою норми та нормативи і в чому полягає їх відмінність.