**Министерство образования и науки Российской Федерации**

**ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»**

**Институт экономики и управления**

**Кафедра экономики предприятия и менеджмента**

**О.В. Богданова**

**СБОРНИК ТЕСТОВ**

**по дисциплине «Стратегический маркетинг»**

**для студентов очной и заочной форм обучения**

 **направления подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

**Профиль подготовки Маркетинг**

**Тверь – 2018 г.**

Автор: д.э.н., профессор кафедры экономики предприятия и менеджмента Богданова О.В.

Рецензент: д.э.н., доцент, зав. кафедрой экономики предприятия и менеджмента Беденко Н.Н.

 Сборник тестов утвержден на заседании кафедры экономики предприятия и менеджмента - протокол № 7 от "20" 02. 2018 г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Стр. |
| Введение ……………………………………………………………… | 4 |
| 1. Тест по теме: «Концепция стратегического маркетинга»....................................................................................................
2. Тест по теме: «Конкурентоспособная экономика и стратегический маркетинг»……………………………………………
3. Тест по теме: «Организация работ по стратегическому маркетингу»………………………………………………………………..
 | 5914 |
| 4. Тест по теме: «Разработка маркетинговой стратегии компании»……1. Тест по теме: «Стратегические матрицы»………………………………………………………………….
2. Тест по теме: «Прогнозирование потребностей и спроса, стратегическая сегментация рынка»…………………………………….
3. Тест по теме: «Методы оценки стратегической конкурентоспособности объектов»………………………………………
4. Тест по теме: «Экономическая безопасность и ее роль в обеспечении конкурентоспособности предприятия»……………………

Список основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины……………………………….. | 171922252732 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**ВВЕДЕНИЕ**

В области образования одной из актуальных является проблема оценки уровня знаний (подготовленности) студентов по различным предметам. С переходом на балльно-рейтинговую систему оценки успеваемости студентов (в рамках проведения текущего контроля) целесообразно использовать тестовые задания, которые дают возможность оценить полученные знания.

Дисциплина **«**Стратегический маркетинг**»** входит в вариативную часть модуля 3 – «Организационно-управленческая деятельность» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг» учебного плана, формирующего профессиональные компетенции. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Целью освоения дисциплины **«**Стратегический маркетинг**»** является формирование у студентов системы теоретических знаний, умений и практических навыков в области ориентированного на рынок стратегического управления организацией в условиях ужесточения конкуренции.

Публикуемые в настоящем сборнике тесты – прекрасные помощники студентам при изучении данной дисциплины, позволяют выявить «пробелы в знаниях» с целью их дальнейшего устранения и повышения рейтинга.