

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ЮРИДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЯРОСЛАВА МУДРОГО**

Факультет приватного права та підприємництва

Кафедра економічної теорії

**ПИТАННЯ ДО КОМПЛЕКСНОГО ІСПИТУ
«ОРГАНІЗАЦІЯ КОНСАЛТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ,
СТРАТЕГІЧНОГО ТА МАРКЕТИНГОВОГО
БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГУ»**

Рівень вищої освіти – другий (магістерський) рівень

Ступінь вищої освіти – магістр

Галузь знань – 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність – 051 «Економіка»

Спеціалізація – «Бізнес-консалтинг»

Затверджено
на засіданні кафедри економічної теорії
(протокол № 6 від 23 грудня 2022 р.)

Економіка та організація консалтингової діяльності

1. Бізнес-консалтинг: поняття та характеристики.
2. Консультування та консалтинг: загальне та особливе.
3. Зовнішнє та внутрішнє консультування: зміст, порівняльні переваги та недоліки.
4. Організаційні форми консалтингового бізнесу.
5. Консалтингова послуга: сутність та характеристики.
6. Типи та види послуг бізнес-консалтингу.
7. Ринок консалтингових послуг: характеристики та структура.
8. Ресурси бізнес-консалтингу та їх види.
9. Консалтинговий цикл та його стадії.
10. Капітал консалтингової фірми: сутність, види.
11. Власний та запозичений капітал бізнес-консалтингу: джерела та структура.
12. Основний та оборотний капітал бізнес-консалтингу.
13. Інтелектуальний капітал бізнес-консалтингу: структура, джерела та роль у консалтинговій діяльності.
14. Економічні витрати бізнес-консалтингу: зміст та види.
15. Персонал консалтингової фірми та його структура.
16. Форми та системи оплати праці консультантів.
17. Дохід та прибуток бізнес-консалтингу. Беззбитковість та рентабельність бізнес-консалтингу.
18. Ціноутворення на консалтингові послуги.
19. Основні підходи до визначення ціни послуг бізнес-консалтингу.
20. Форми оплати консалтингових послуг.
21. Принципи та напрями менеджменту бізнес-консалтингу.
22. Організаційні форми внутрішнього консультування.
23. Регулювання консалтингової діяльності: державне, колективне, контрактне.
24. Маркетинг консалтингових послуг: цілі та напрями.
25. Комплекс маркетингу консалтингових послуг.
26. Методи просування консалтингових послуг.
27. Консультант-клієнтські відносини в сфері бізнес-консалтингу: сутність та види.
28. Консультаційний процес, його стадії та результати.
29. Основні моделі консультаційного процесу.
30. Завдання та технології початкової (передконтрактної), основної (контрактної) та заключної (післяконтрактної) стадій консультаційного процесу.

Стратегічний бізнес-консалтинг

1. Стратегічний бізнес-консалтинг як наука.
2. Стратегічний бізнес-консалтинг як професійна діяльність: зміст і функції, суб'єкти та об'єкти.
3. Стратегічний консалтинг як бізнес-індустрія.
4. Організація процесу стратегічного бізнес-консалтингу.
5. Стратегічний аналіз та його види: сутність, передумови проведення, методики.
6. Поняття розвитку та організаційних змін в бізнес-організації.
7. Діагностика внутрішнього і зовнішнього середовища клієнтської бізнес-організації. SWOT-аналіз. PEST-аналіз. PEEST-аналіз.
8. Прогнозування та його роль у стратегічному бізнес-консалтингу. Види і методи прогнозування.
9. Форсайт-дослідження: сутність, методика, об'єкти передбачення.
10. Консультування з питань формулювання стратегічних орієнтирів розвитку організації: бачення, місії, цілей.
11. Консультування з обґрунтування корпоративної стратегії.
12. Надання рекомендацій з портфельного аналізу бізнес-організації.
13. Консультаційний супровід управлінських рішень із розроблення стратегій розвитку стратегічних господарських одиниць.
14. Консультування з питань застосування основних інструментів реалізації стратегії: тактики, політики, процедур, правил, бюджетів.
15. Консалтингова послуга з конкурентної діагностики бізнес-організації та її складові.
16. Консалтингова послуга щодо здійснення комплексної оцінки конкурентоспроможності фірми.
17. Консультування щодо розробки та реалізації конкурентної стратегії фірми.
18. Консалтингові послуги з функціональної діагностики бізнес-організації (фірми).
19. Консультування з питань розроблення маркетингової стратегії. Види маркетингових стратегій.
20. Консультування з питань розроблення кадрової стратегії. Види кадрових стратегій.
21. Консультування з питань розроблення фінансової стратегії. Види фінансових стратегій.
22. Консультування з питань стратегічного балансування діяльності організації.
24. Консультування з питань розроблення зовнішньоекономічної стратегії. Види міжнародних стратегій.
24. Інноваційна діагностика фірми (організації).

25. Види інноваційних стратегій організацій. Стратегія забезпечення технологічного лідерства. Імітаційна стратегія інноваційного підприємства. Венчурна стратегія. Проектна стратегія.

26. Консалтинг створення, розвитку і фінансування інноваційних компаній (start-up).

27. Стартап: поняття, види, стадії, джерела фінансування.

28. Цифрова економіка. Цифрова трансформація бізнесу. Цифрова компетентність персоналу та керівників бізнесу. Стратегічний консалтинг в умовах цифрової економіки.

29. Цифрова стратегія фірми: сутність, роль і завдання консультантів у розробленні.

30. Консультування з розроблення правової стратегії бізнес-організаціями.

Маркетинговий бізнес-консалтинг

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. Обґрунтування необхідності залучення зовнішніх консультантів з маркетингу.

5. Основні проекти маркетингового консультування.

6. Маркетинг консалтингових послуг. Загальні та специфічні риси консалтингових послуг.

7. Маркетингові показники ефективності бізнесу.

8. Маркетинговий аудит: сутність, завдання, етапи.

9. Аналіз впливу на бізнес макроекономічних та мікроекономічних параметрів маркетингового середовища.

10. Сутність та необхідність маркетингових досліджень.

11. Організація проведення маркетингового дослідження за допомогою консультанта.

12. Джерела маркетингової інформації та методи маркетингових досліджень.

13. Консультування з питань вибору сегментів маркетингового впливу.

14. Вибір стратегії охоплення ринку (недиференційований, диференційований і концентрований маркетинг).

15. Поняття товару в маркетингу, його рівні.

16. Поняття, основні етапи і види життєвого циклу продукту. Життєвий цикл і маркетингова діяльність фірми.

17. Поняття та складові продуктового портфелю фірми.

18. Консультування з проектування, аналізу та оптимізації продуктового портфелю фірми.

19. Ціна як елемент комплексу маркетингу. Цілі і фактори ціноутворення. Види цін. Методи ціноутворення.
20. Цілі та види цінової політики компанії.
21. Консультування з питань вибору і реалізації цінової стратегії фірми.
22. Канали розподілу продуктів: функції, рівні, структура. Типи ринкових посередників.
23. Способи організації та комплексна оцінка каналів розподілу.
24. Просування продукції. Комплекс маркетингових комунікацій.
25. Реклама: сутність, види, роль у маркетинговій діяльності. Основні засоби і носії реклами.
26. Етапи розроблення та реалізації рекламної програми фірми та оцінка її ефективності.
27. Паблік рілейшнз: сутність і основні прийоми формування громадської думки.
28. Консультування з розробки плану та підбору засобів просування компанії (продукту, бренду, проекту).
29. Консультування з організації та ведення маркетингової діяльності компанії в мережі Інтернет. Сайт фірми та його маркетингові функції.
30. Основні принципи клієнтського маркетингу. Способи утримання, розвитку та повернення клієнтів.