

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ, ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ТА МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У
БІОТЕХНОЛОГІЯХ**

Методичні рекомендації

до виконання тестових завдань для здобувачів
другого (магістерського) рівня 2-го року
очної (денної) форми навчання
ОПП «Біотехнології та біоінженерія»,
спеціальності 162
««Біотехнології та біоінженерія»

УДК 005+658.8]636

Ф50

Друкується за рішенням науково-методичної комісії факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету від 24.09.2024 р., протокол №1

Укладач:

Г.С. Федосєєва – д-р екон наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Миколаївського національного аграрного університету

Рецензенти:

О. М. Мозговий – керівник ФГ «Мозговий»

Н.О. Шишпанова – кандидат економічних наук, доцент кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки Миколаївського національного аграрного університету

© Миколаївський національний
аграрний університет 2024

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП..... | 4 |
| ТЕМА 1: ПРЕДМЕТ, ПРИНЦИПИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ | 5 |
| Питання для обговорення..... | 5 |
| Тести..... | 6 |
| ТЕМА 2: БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БІОТЕХНОЛОГІЯМИ | 8 |
| Питання для обговорення..... | 8 |
| Тести..... | 9 |
| ТЕМА 3: ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЯК ОСНОВА МЕНЕДЖМЕНТУ БІОТЕХНОЛОГІЙ | 11 |
| Питання для обговорення..... | 11 |
| Тести..... | 12 |
| ТЕМА 4: СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ | 14 |
| Питання для обговорення..... | 14 |
| Тести..... | 15 |
| ТЕМА 5: МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА В БІОТЕХНОЛОГІЯХ..... | 17 |
| Питання для обговорення..... | 17 |
| Тести..... | 18 |
| ТЕМА 6: ЦІНОВА ПОЛІТИКА ТА УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПІДПРИЄМСТВ БІОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ..... | 20 |
| Питання для обговорення..... | 20 |
| Тести..... | 21 |
| ТЕМА 7: РЕКЛАМА І СИСТЕМА СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ БІОТЕХНОЛОГІЙ..... | 23 |
| Питання для обговорення..... | 23 |
| Тести..... | 24 |
| СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ..... | 26 |

ВСТУП

Біотехнологічні компанії потребують ефективного менеджменту для оптимізації процесів виробництва, досліджень та розробок, а також для забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Маркетингова складова допомагає краще розуміти ринкові тенденції, потреби споживачів і просувати інноваційні біотехнологічні продукти та послуги.

Дисципліна Менеджмент та маркетинг у біотехнологіях сприяє підготовці фахівців, здатних стратегічно планувати, управляти ресурсами і впроваджувати інновації в біотехнологічному секторі, що є критично важливим для розвитку сучасної економіки та вирішення глобальних проблем, таких як охорона здоров'я, екологія та продовольча безпека.

Мета курсу - набуття практичних навичок в управлінні в галузях біотехнології та ведення маркетингової діяльності відповідно до сучасних вимог ринку України.

Відповідно до сформульованої мети завданнями дисципліни Менеджмент та маркетинг у біотехнологіях є:

- опанування теоретичними основами менеджменту і маркетингу у біотехнологіях і навичками застосування цих знань у практичній діяльності;
- проводити маркетингові дослідження кон'юнктури ринку біотехнологій;
- оцінювати ринкові можливості біотехнологій;
- розробити комплекс маркетингу: товар, ціна, канали розподілу та стимулювання збуту;
- складати план маркетингу;
- застосовувати прийоми та методи управління на підприємстві;
- застосовувати прийоми вирішення конфліктних ситуацій;
- оцінити вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на підприємство.

ТЕМА 1: ПРЕДМЕТ, ПРИНЦИПИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Питання для обговорення

1. Визначення основних функцій менеджменту і їх взаємозв'язку в межах циклу менеджменту.
2. Характеристика основних етапів розвитку науки управління (від класичної теорії до сучасних напрямків).
3. Сутнісна характеристика класичної теорії менеджменту: школа наукового управління й адміністративна школа (напрямки і цілі досліджень, основні досягнення, недоліки).
4. Сутнісна характеристика поведінкової теорії менеджменту (напрямки і цілі досліджень, внесок у розвиток науки управління, недоліки).
5. Сутнісна характеристика кількісної теорії менеджменту (напрямки і цілі досліджень, внесок у розвиток науки управління, недоліки).
6. Порівняльна характеристика інтуїтивної та раціональної технологій прийняття рішень (сутність, основні переваги та недоліки, сфери застосування).
7. Зміст основних етапів раціональної технології прийняття рішень (назва, послідовність виконання, перелік робіт в межах кожного етапу).
8. Послідовність оцінки альтернативних варіантів в процесі прийняття управлінських рішень.
9. Класифікація методів творчого пошуку альтернативних варіантів. Стисла характеристика найважливіших з них.
10. Характеристика методу "дерево рішень" як інструмента обґрунтування управлінських рішень (побудова дерева, складові графіка, критерій вибору оптимального варіанту, сфера практичного застосування).
11. Які основні принципи менеджменту у біотехнологіях, які допомагають забезпечити ефективне господарювання?
12. Які методи дослідження в менеджменті біотехнологій допомагають вдосконалити виробничі процеси?
13. Як менеджмент впливає на якість та кількість продукції в біотехнології?
14. Як можна вдосконалити системи управління ресурсами в біотехнологіях для досягнення оптимального виробництва?
15. Які виклики стоять перед менеджментом біотехнологій в умовах сучасного ринку?

Тестові завдання

1. Який принцип менеджменту в біотехнологіях передбачає визначення конкретних цілей та розподіл ресурсів для їх досягнення?
 - а) Принцип інноваційності
 - б) Принцип ефективності
 - в) Принцип планування
 - г) Принцип адаптації

2. Який аспект маркетингу у біотехнологіях визначає, як продукція представлена на ринку та як вона сприймається споживачами?
 - а) Ціноутворення
 - б) Реклама
 - в) Брендінг
 - г) Дистрибуція

3. Який метод дослідження в менеджменті та маркетингу біотехнологій дозволяє вивчити вплив ефективності управлінських рішень на виробничі процеси?
 - а) Соціологічні опитування
 - б) Експеримент
 - в) Аналіз витрат
 - г) Спостереження

4. Яка стратегія маркетингу передбачає акцент на низькій ціні продукції для залучення більшого обсягу споживачів?
 - а) Стратегія диференціації
 - б) Стратегія концентрації
 - в) Стратегія лідерства за вартістю
 - г) Стратегія ринкового пенетрації

5. Якість та кількість продукції біотехнологій напряму пов'язані з:
 - а) Маркетинговим дослідженням
 - б) Управлінням ризиками
 - в) Ефективністю менеджменту
 - г) Аналізом конкурентоспроможності

6. Яке методичне дослідження може бути використане для вивчення споживчих вподобань у біотехнологіях?

- а) Експеримент
- б) Спостереження
- в) Соціологічне опитування
- г) Аналіз витрат

7. Яка основна мета стратегії ринкового пенетрації в маркетингу біотехнологій?

- а) Залучення нових клієнтів
- б) Підвищення якості продукції
- в) Створення унікального бренду
- г) Розширення асортименту продукції

8. Якість управління персоналом в біотехнологіях визначається:

- а) Кількістю працівників
- б) Спеціалізацією персоналу
- в) Ефективністю комунікацій
- г) Загальним обсягом виробництва

9. Який із методів аналізу конкурентоспроможності може допомогти визначити переваги та недоліки підприємств біотехнологічної промисловості на ринку?

- а) SWOT-аналіз
- б) Аналіз витрат
- в) Методичні експертизи
- г) Спостереження за конкурентами

10. Які принципи сталого розвитку можна впроваджувати в менеджмент та маркетинг у біотехнологія?

- а) Зменшення витрат
- б) Енергоефективність
- в) Використання вторинних ресурсів
- г) Усі відповіді вірні

ТЕМА 2: БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БІОТЕХНОЛОГІЯМИ

Питання для обговорення

1. Чому важливо включити бізнес-планування в систему управління біотехнологіями?
2. Які основні кроки і етапи розробки бізнес-плану для підприємств біотехнологічної промисловості?
3. Як бізнес-план може впливати на прийняття стратегічних рішень у біотехнологіях?
4. Які ключові елементи повинні бути враховані при аналізі ринку у бізнес-плані?
5. Як можна оцінити і врахувати ризики та можливості у бізнес-плані для підприємства біотехнологічної промисловості?
6. Що представляє собою стратегічне планування?
7. Охарактеризуйте бізнес-планування у
8. Як врахувати аспекти сталого розвитку та екологічні чинники у бізнес-плані підприємства біотехнологічної промисловості?
9. Як бізнес-план може впливати на вибір технологій та інновацій у біотехнологіях?
10. Які фінансові показники слід враховувати у бізнес-плані підприємства біотехнологічної промисловості?
11. Як забезпечити в бізнес-плані ефективне управління ресурсами у біотехнологіях?
12. Яким чином бізнес-план може впливати на процеси придбання обладнання та інфраструктури для господарства?
13. Як врахувати логістику та транспортування продукції у бізнес-плані підприємства біотехнологічної промисловості?
14. Як бізнес-план може покращити управління персоналом та робочою силою у біотехнологіях?
15. Як врахувати соціальні аспекти та відносини з громадськістю у бізнес-плані підприємства біотехнологічної промисловості?
16. Як оцінити і врахувати потреби у фінансуванні та інвестиціях у бізнес-плані підприємства біотехнологічної промисловості?
17. Як бізнес-план може визначити оптимальні стратегії розвитку та розширення господарства?
18. Яким чином бізнес-план може служити інструментом для внутрішнього контролю та моніторингу ефективності у біотехноогіях?

Тестові завдання

1. Що є основними етапами розробки бізнес-плану для підприємства біотехнологічної галузі?
 - а) Продажі та маркетинг
 - б) Аналіз конкурентів та внутрішнє середовище
 - в) Фінансовий план та управління ризиками
 - г) Здоров'я та безпека тварин

2. Для чого проводиться аналіз ринку у бізнес-плані підприємства біотехнологічної галузі?
 - а) Визначення витрат на утримання тварин
 - б) Виявлення сильних та слабких сторін господарства
 - в) Оцінка ризиків управління персоналом
 - г) Прогнозування погодних умов

3. Що включає в себе аспект сталого розвитку в бізнес-плані для підприємства біотехнологічної галузі?
 - а) Оцінка конкурентоспроможності
 - б) Ефективне використання ресурсів та енергії
 - в) Розвиток нових маркетингових стратегій
 - г) Вивчення потреб споживачів

4. Які фінансові показники можуть бути враховані в бізнес-плані підприємства біотехнологічної галузі?
 - а) Середній приріст ваги тварини
 - б) Кількість використаних гектарів землі
 - в) Обсяг продукції та його вартість
 - г) Температура води в водоймі

5. Як бізнес-план біотехнологій може впливати на вибір технологій та інновацій?
 - а) Встановлення термінів вагітності у тварин
 - б) Оцінка відмінностей у сортах рослин
 - в) Визначення потреб у ремонті обладнання
 - г) Розробка нових методів годівлі та утримання тварин

6. Для чого важливий аналіз витрат у бізнес-плані підприємства біотехнологічної галузі?

- а) Для визначення конкурентоспроможності господарства
- б) Для оцінки потреб у фінансовій підтримці
- в) Для розробки маркетингових стратегій
- г) Для зменшення витрат на комунікації

7. Як може бізнес-план впливати на стратегії розвитку та розширення підприємства біотехнологічної галузі?

- а) Визначення кількості виводків у році
- б) Підбір сучасного обладнання для тваринництва
- в) Залучення інвестицій для будівництва нових приміщень
- г) Вирішення питань генетичної селекції тварин

8. Що може включати в себе аналіз конкурентів у бізнес-плані біотехнологій?

- а) Визначення споживчого попиту на продукцію
- б) Вивчення стратегій та сильних сторін конкурентів
- в) Прогнозування врожаю кормових рослин
- г) Оцінка стану здоров'я тварин у сусідніх господарствах

9. Для чого може бути використаний бізнес-план у внутрішньому контролі та моніторингу підприємства біотехнологічної галузі?

- а) Забезпечення якості та безпеки продукції
- б) Визначення кількості опадів протягом року
- в) Вивчення термінів годування тварин
- г) Організація соціальних заходів у господарстві

10. Які фінансові показники можуть бути враховані в бізнес-плані підприємства біотехнологічної галузі?

- а) Обсяг продукції та її вартість
- б) Середній приріст ваги тварини
- в) Температура води в водоймі
- г) Кількість використаних гектарів землі

ТЕМА 3: ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЯК ОСНОВА МЕНЕДЖМЕНТУ БІОТЕХНОЛОГІЙ

Питання для обговорення

1. Як ви оцінюєте важливість прийняття ефективних рішень на підприємствах біотехнологічної промисловості?
2. Які основні фактори впливають на процес прийняття рішень у біотехнологіях?
3. Які методи аналізу використовуються для збору необхідної інформації перед прийняттям рішення в біотехнологіях?
4. Як рішення, прийняте в галузі генетичної селекції, може вплинути на покращення якості та продуктивності тварин?
5. Як ви оцінюєте ризики, пов'язані з різними аспектами біотехнологій, при прийнятті стратегічних рішень?
6. Як управління та розподіл ресурсів впливає на прийняття рішень у сфері біотехнологій?
7. Як ви оцінюєте вплив економічних чинників на процес прийняття рішень у біотехнологіях?
8. Як рішення щодо вибору технологій впливають на ефективність продукції підприємств біотехнологічної галузі?
9. Як менеджери взаємодіють з експертами та консультантами під час прийняття стратегічних рішень у біотехнологіях?
10. Як ви оцінюєте важливість етичних аспектів при прийнятті рішень у біотехнологіях?
11. Як ви реагуєте на невизначеність та змінність в біотехнологіях при прийнятті рішень?
12. Які стратегії прийняття рішень ви використовуєте для оптимізації використання робочої сили в господарстві?
13. Яким є вплив регулюючих нормативів та законів на прийняття рішень в біотехнологіях?
14. Як рішення, пов'язані з утилізацією відходів біотехнологій, можуть впливати на екологічну стійкість господарства?
15. Які показники ви використовуєте для оцінки результативності при прийнятті оперативних рішень у біотехнологіях?
16. Як рішення щодо вибору ринків збуту може впливати на доходи та конкурентоспроможність господарства?

Тестові завдання

1. Що включає в себе процес прийняття рішень у менеджменті біотехнологій?
 - а) Тільки розподіл ресурсів
 - б) Аналіз ринку
 - в) Визначення цілей та вибір оптимального варіанту дії
 - г) Розваги та відпочинок працівників

2. Які фактори можуть впливати на рішення щодо вибору технологій на підприємствах біотехнологічної галузі?
 - а) Тільки сезонність
 - б) Економічні, екологічні та етичні аспекти
 - в) Кольори обладнання
 - г) Мода серед конкурентів

3. Що визначається аналізом ринку в контексті прийняття рішень у біотехнологіях?
 - а) Тільки ціни на тварин
 - б) Сильні та слабкі сторони господарства
 - в) Попит та пропозиція на тваринницьку продукцію
 - г) Кольорові властивості тварин

4. Які методи аналізу використовуються для збору інформації перед прийняттям рішення у біотехнологіях?
 - а) Тільки чуттєва інтуїція
 - б) SWOT-аналіз, експертні оцінки, опитування та спостереження
 - в) Медитація та йога
 - г) Відомості отримані від таро-карт

5. Як впливають регулюючі нормативи на прийняття рішень в біотехнологіях?
 - а) Тільки зміни ставок податків
 - б) Створення нормативів для утилізації відходів
 - в) Кольорові вимоги до споруд
 - г) Введення нових заборон щодо тваринницької продукції

6. Чому важливий аналіз ризиків при прийнятті стратегічних рішень у біотехнологіях?
 - а) Тільки для розваг
 - б) Для запобігання потенційним проблемам та втратам

- в) Для створення атмосфери конфліктів
- г) Для поліпшення екологічної стійкості

7. Яким чином економічні чинники можуть впливати на процес прийняття рішень у біотехнологіях?

- а) Тільки зміни курсу валют
- б) Вартість обладнання та матеріалів
- в) Погода
- г) Ранковий графік роботи працівників

8. Як враховуються етичні аспекти при прийнятті рішень у біотехнологіях?

- а) Тільки вартість продукції
- б) Дотримання тваринами гігієнічних норм
- в) Вплив на місцеву екосистему
- г) Кольорові особливості тварин

9. Що визначається якістю прийнятого рішення у біотехнологіях?

- а) Тільки ефективність витрат
- б) Доходи та витрати
- в) Вплив на ринок
- г) Кількість бар'єрів у стайні

10. Як рішення щодо вибору ринків збуту може впливати на доходи та конкурентоспроможність господарства?

- а) Тільки на кольори упаковки продукції
- б) Збільшення обсягів продажів
- в) Рівень попиту на ринку
- г) Розміщення оголошень в засобах масової інформації

ТЕМА 4: СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ

Питання для обговорення

1. Яка сутність маркетингу і як вона визначається в сучасному бізнес-середовищі?
2. Які основні елементи складають сучасну концепцію маркетингу?
3. Як маркетинг сприяє взаємодії між підприємствами та споживачами?
4. Які основні відмінності між традиційним та сучасним підходами до маркетингу?
5. Як визначається цільова аудиторія в сучасному маркетингу?
6. Яка роль технологій у сучасних стратегіях маркетингу?
7. Які принципи стоять за концепцією споживача в центрі управління маркетингом?
8. Як маркетингова стратегія враховує зміни в поведінці споживачів?
9. Як маркетинг допомагає створювати та утримувати позитивний бренд підприємства?
10. Як визначаються та вимірюються результати маркетингових кампаній у сучасному бізнес-середовищі?
11. Як змінюються підходи до маркетингу в умовах цифрової трансформації?
12. Як маркетингові дослідження сприяють управлінню продуктом та побудові стратегій?
13. роль соціальних мереж у сучасних маркетингових стратегіях?
14. Які переваги надає концепція інбаунд-маркетингу у порівнянні з традиційними методами?
15. Які чинники впливають на формування ціноутворення в сучасному маркетингу?
16. Які стратегії залучення клієнтів найбільш ефективні в сучасних умовах конкуренції?
17. Як маркетингова автоматизація спрощує та оптимізує маркетингові процеси?
18. Як формується та розвивається відносини з клієнтами у сучасному маркетинговому підході?
19. Як впливає врахування екологічних та етичних питань на маркетингові стратегії підприємства?
20. Як маркетинг впливає на створення унікальної продуктової пропозиції (USP) та вирізнення бренду на ринку?

Тестові завдання

1. Що означає термін "маркетинг" у бізнесі?
 - а) Тільки реклама
 - б) Продаж товарів
 - в) Управління обміном
 - г) Виробництво товарів

2. Яка основна ідея за сучасною концепцією маркетингу?
 - а) Орієнтація на товар
 - б) Орієнтація на виробництво
 - в) Орієнтація на споживача
 - г) Орієнтація на продаж

3. Яким чином сучасний маркетинг визначає цільову аудиторію?
 - а) Зосередження на конкурентах
 - б) Визначення захоплюючих технологій
 - в) Спрямованість на потреби споживачів
 - г) Виробництво найсучасніших товарів

4. Яка роль технологій у сучасних стратегіях маркетингу?
 - а) Обмежена
 - б) Незначна
 - в) Критична
 - г) Непримітна

5. Що означає поняття "інбаунд-маркетинг"?
 - а) Залучення клієнтів через зовнішні рекламні кампанії
 - б) Акцент на привабливості товару
 - в) Залучення клієнтів шляхом створення цікавого та корисного контенту
 - г) Зосередженість на продажах

6. Як визначається цінова стратегія в маркетингу?
 - а) За допомогою конкурентоспроможності товарів
 - б) За допомогою витрат на виробництво
 - в) За допомогою вартості продажу товару
 - г) За допомогою бажаного рівня прибутку

7. Якість, задоволення потреб споживачів та збільшення продажів - це основні

принципи:

- а) Масового маркетингу
- б) Інбаунд-маркетингу
- в) Продажів
- г) Соціального маркетингу

8. Яке з наведених тверджень відображає концепцію "споживач в центрі" управління маркетингом?

- а) "Ми виробляємо найкращі товари на ринку."
- б) "Ми робимо все можливе для задоволення потреб споживачів."
- в) "Наша компанія випускає товари за найнижчими цінами."
- г) "Ми домінуємо на ринку завдяки нашим конкурентним перевагам."

9. Якість і доступність товару для широкого споживача - це характеристика якої концепції маркетингу?

- а) Суспільного маркетингу
- б) Продуктового маркетингу
- в) Продажів
- г) Споживчого маркетингу

10. Якість та інновації у виробництві, а також створення унікальної продуктової пропозиції (USP) - це стратегічні елементи якої концепції?

- а) Продажів
- б) Споживчого маркетингу
- в) Продуктового маркетингу
- г) Суспільного маркетингу

ТЕМА 5: МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА В БІОТЕХНОЛОГІЯХ

Питання для обговорення

1. Які аспекти маркетингової товарної політики є найбільш важливими для компаній біотехнологічної промисловості?
2. Які основні фактори впливають на визначення асортименту продукції для підприємств біотехнологічної промисловості?
3. Як брендування може покращити сприйняття продукції біотехнологій споживачами?
4. Як компанії можуть адаптувати свою товарну політику до змін у споживчих попитах у сфері біотехнологій?
5. Як виробники та роздрібні торговці можуть співпрацювати для оптимізації товарної політики в біотехнологіях?
6. Як важливість якості продукції впливає на рішення про товарну політику у сфері біотехнологій?
7. Як компанії можуть використовувати сезонність у своїй товарній політиці для підвищення продажів в біотехнології?
8. Як визначити оптимальні цінові стратегії для продукції біотехнологій, враховуючи конкуренцію та цінові очікування споживачів?
9. Як впливає розвиток нових технологій на товарну політику у біотехнологіях?
10. Як виробники можуть використовувати підходи "екологічно чистого" та "етичного" виробництва в товарній політиці для привертання споживачів?
11. Як змінюється підхід до товарної політики в залежності від специфіки ринків?
12. Як компанії можуть використовувати упаковку як частину своєї товарної стратегії в біотехнологіях?
13. Як електронна комерція впливає на товарну політику компаній, які продають продукцію біотехнологій?
14. Як можна оптимізувати логістику та постачання в товарній політиці для біотехнологій?
15. Які важливі аспекти гарантій та обслуговування клієнтів входять в товарну політику для товарів у біотехнологіях?
16. Як визначити оптимальний розмір асортименту для магазинів, спеціалізованих на продажу продукції біотехнологій?
17. Як виробники можуть використовувати підходи "персоналізації" в товарній політиці для біотехнологій?

18. Як впливає міжнародна торгівля на товарну політику у біотехнологія?
19. Як виробники можуть використовувати програми лояльності в товарній політиці для залучення та утримання клієнтів у біотехнологіях?

Тестові завдання

1. Яка стратегія товарної політики включає в себе широкий асортимент продуктів для різних сегментів ринку біотехнологій?
- а) Стратегія диференціації
 - б) Стратегія концентрації
 - в) Стратегія пенетрації ринку
 - г) Стратегія інтеграції
2. Які елементи часто враховуються в товарній політиці для біотехнологій?
- а) Тільки ціни
 - б) Ціни і розміщення
 - в) Ціни, продукт, розміщення та просування
 - г) Тільки просування
3. Які фактори впливають на рішення щодо асортименту продукції у товарній політиці біотехнологій?
- а) Тільки попит споживачів
 - б) Попит споживачів, конкуренція, технологічні можливості
 - в) Тільки конкуренція
 - г) Технологічні можливості та попит споживачів
4. Яке поняття описує процес розробки та управління асортиментом продукції відповідно до цільових ринкових потреб?
- а) Брендуння
 - б) Диференціація
 - в) Ліцензія
 - г) Сегментація
5. Що означає стратегія "нішевого" ринку в товарній політиці підприємств біотехнологій?
- а) Продаж на всіх ринках
 - б) Зосередження на обмеженій аудиторії
 - в) Зниження цін для привертання клієнтів
 - г) Співпраця з конкурентами

6. Яке поняття описує встановлення цін на основі витрат, додавання прибутку та врахування конкурентноспроможності?

- а) Цінова стратегія
- б) Диференціація цін
- в) Ціновий параграф
- г) Цінова пенетрація

7. Як виробники можуть використовувати стратегію "пенетрації ринку" в товарній політиці?

- а) Встановлення високих цін для елітних клієнтів
- б) Зниження цін для швидкого входу на ринок
- в) Зосередження тільки на преміум-продукції
- г) Ліцензування брендів

8. Як визначається поняття "брендування" в контексті товарної політики біотехнологій?

- а) Зниження цін на брендovanі товари
- б) Встановлення унікальних характеристик та іміджу для продукції
- в) Повне відсутність рекламних кампаній
- г) Продаж без бренду

9. Як виробники можуть використовувати "крос-продажі" в товарній політиці тваринництва?

- а) Продаж товарів зі знижкою
- б) Продаж товарів, які доповнюють основний продукт
- в) Збільшення цін на всю продукцію
- г) Виключення деяких товарів з асортименту

10. Які переваги може мати стратегія диференціації в товарній політиці біотехнологій?

- а) Зниження витрат
- б) Залучення різних сегментів ринку
- в) Зниження цін на продукцію
- г) Зосередження тільки на одному виді продукції

ТЕМА 6: ЦІНОВА ПОЛІТИКА ТА УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПІДПРИЄМСТВ БІОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Питання для обговорення

1. Як виробники продукції біотехнологій визначають цінову стратегію для своїх товарів?
2. Як важливість якості впливає на встановлення цін на продукцію для біотехнологій?
3. Як виробники продукції біотехнологій можуть реагувати на коливання цін на сировину та інші витратні матеріали?
4. Як використання технологій в управлінні збутом може впливати на цінову політику та підвищити ефективність?
5. Як компанії у біотехнологіях вирішують питання диференціації цін для різних ринків або сегментів клієнтів?
6. Як виробники та роздрібні торговці співпрацюють у встановленні оптимальних цін для кінцевого споживача?
7. Як ефективно використовувати знижки та промо-акції в ціновій політиці для продукції біотехнологій?
8. Як впливають сезонність та попит на встановлення цін на продукцію біотехнологій?
9. Як виробники можуть оптимізувати цінову політику для нових продуктів на ринку біотехнологій?
10. Як варіюються стратегії ціноутворення для різних видів продукції біотехнологій?
11. Як управління логістикою впливає на цінову політику та вартість постачання продукції біотехнологій?
12. Як компанії визначають оптимальний розмір націнок для забезпечення прибутковості та конкурентоспроможності?
13. Як враховуються витрати на маркетинг та рекламу при формуванні цінової стратегії для продукції біотехнологій?
14. Як виробники можуть використовувати аналітику та дослідження ринку для прийняття обґрунтованих рішень щодо цін?
15. Як взаємодія з дистриб'юторами впливає на цінову політику та доступність продукції біотехнологій на ринку?
16. Як визначається оптимальний рівень цін на еко- та органічні продукти в тваринництві?
17. Як компанії можуть управляти ціновою репутацією та реагувати на зміни відгуків споживачів?

18. Як виробники можуть враховувати конкуренцію в цінній стратегії та залишатися конкурентоспроможними на ринку біотехнологій?

Тестові завдання

1. Як визначається стратегія ціноутворення "цінова пенетрація" у біотехнологічній промисловості?

- а) Встановлення високих цін для приваблення клієнтів
- б) Встановлення низьких цін для швидкого входу на ринок
- в) Збільшення цін поступово з плином часу
- г) Виключення деяких товарів з асортименту

2. Як впливає цінова стратегія "цінова дискримінація" на управління збутом продукції біотехнологій?

- а) Різні ціни для різних сегментів ринку чи клієнтів
- б) Фіксована ціна для всіх споживачів
- в) Зниження цін для всіх категорій покупців
- г) Однакові ціни на всю продукцію

3. Що включає в себе поняття "доставка FOB" у зв'язку з ціновою політикою біотехнологій?

- а) Відповідальність за доставку на виробничому об'єкті
- б) Відповідальність за доставку на покупцевій локації
- в) Безкоштовна доставка для всіх замовлень
- г) Доставка за фіксованою ціною для всіх покупців

4. Які фактори впливають на рішення щодо вибору каналів збуту продукції біотехнологій?

- а) Тільки розміщення
- б) Розміщення, витрати, розмір аудиторії
- в) Тільки розмір аудиторії
- г) Кількість конкурентів

5. Як виробники можуть використовувати стратегію "прямого розміщення" для управління збутом продукції біотехнологій?

- а) Використання інтернет-магазинів та власних точок продажу
- б) Виключення посередників у ланцюжку постачання
- в) Продаж через роздрібні магазини
- г) Використання тільки дистриб'юторів

6. Як визначається "зона цінової діаграми" у стратегії ціноутворення продукції біотехнологій?

- а) Графік цін на всі товари компанії
- б) Визначення цінового коридору для кожної категорії товарів
- в) Подання графічної інформації про ринкові ціни
- г) Розміщення цін на графіку в часовому аспекті

7. Як впливає стратегія "цінова агресія" на конкурентну боротьбу у біотехнологічній промисловості?

- а) Зниження цін для входу на нові ринки
- б) Підняття цін для забезпечення високих прибутків
- в) Співпраця з конкурентами для встановлення єдиної цінової політики
- г) Відсутність конкуренції між виробниками

8. Які елементи включає в себе стратегія "цінової дисконтування" у біотехнологіях?

- а) Високі ціни для преміум-продукції
- б) Постійні низькі ціни для всіх товарів
- в) Тимчасові знижки для підвищення попиту
- г) Ігнорування конкурентноспроможності

9. Як виробники можуть використовувати стратегію "цінової диференціації" для управління збутом?

- а) Встановлення однакових цін на всю продукцію
- б) Різні ціни для різних сегментів ринку
- в) Зниження цін для всіх клієнтів
- г) Використання тільки одного каналу збуту

10. Як виробники можуть використовувати стратегію "цінової адаптації" для різних ринків?

- а) Встановлення високих цін на всіх ринках
- б) Різні ціни для різних регіонів чи сегментів ринку
- в) Тільки зниження цін для всіх ринків
- г) Використання однакових цін для всіх ринків

ТЕМА 7: РЕКЛАМА І СИСТЕМА СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ БІОТЕХНОЛОГІЙ

Питання для обговорення

1. Як виробники продукції біотехнологій можуть ефективно використовувати рекламні кампанії для підвищення усвідомленості своїх брендів?
2. Як впливає використання соціальних мереж на рекламу та популяризацію продукції біотехнологій?
3. Які рекламні стратегії ефективні для продажу продукції біотехнологій онлайн?
4. Як система стимулювання збуту може сприяти прискоренню обороту та збільшенню продажів в біотехнологіях?
5. Як виробники можуть використовувати програми лояльності для утримання і привертання нових клієнтів?
6. Як впливають рекламні кампанії на виробництво та споживчі вподобання в біотехнологіях?
7. Які переваги та недоліки використання традиційних засобів реклами у порівнянні з цифровими в біотехнологіях?
8. Як виробники можуть використовувати відеоконтент для реклами та стимулювання збуту продукції біотехнологій?
9. Як враховувати етичні аспекти у рекламних кампаніях для продажу продукції біотехнологій?
10. Як впливають партнерські програми та співпраця з іншими брендами на ефективність реклами у сфері біотехнологій?
11. Як можуть виробники використовувати рекламу для освітніх цілей та підвищення усвідомленості про використання продукції біотехнологій?
12. Як впливає географічна локалізація на рекламні стратегії у біотехнологіях?
13. Як компанії можуть використовувати інфлюенсер-маркетинг для реклами та популяризації продукції біотехнологій?
14. Як ефективно використовувати акції та знижки в рекламних кампаніях для продукції біотехнологій?
15. Як виробники можуть адаптувати свою рекламну стратегію до різних сегментів ринку біотехнологій?
16. Як враховувати різні культурні аспекти при розробці рекламних кампаній для глобального ринку біотехнологій?
17. Як впливає створення унікального іміджу на рекламу та сприйняття брендів у біотехнологіях?
18. Які інноваційні методи реклами можуть виробники використовувати для

стимулювання збуту продукції біотехнологій?

Тестові завдання

1. Що означає поняття "прямі продажі" в контексті системи стимулювання збуту продукції біотехнологій?

- а) Продаж товарів безпосередньо виробником споживачеві
- б) Продаж через посередників
- в) Продаж за допомогою інтернет-магазинів
- г) Продаж тільки через роздрібні магазини

2. Які елементи включає в себе поняття "комунікаційного міксу" в рекламі продукції біотехнологій?

- а) Тільки реклама
- б) Реклама, продажі, особисті продажі, зв'язки з громадськістю
- в) Продажі, знижки, реклама
- г) Тільки зв'язки з громадськістю

3. Як виробники можуть використовувати "трейд-маркетинг" для стимулювання збуту продукції біотехнологій?

- а) Реклама на телебаченні
- б) Співпраця з роздрібними мережами та посередниками
- в) Знижки для кінцевих споживачів
- г) Використання соціальних мереж

4. Як визначається поняття "промоційної події" в системі стимулювання збуту?

- а) Рекламна кампанія на телебаченні
- б) Організація спеціальних заходів для просування продукції
- в) Знижки для постійних клієнтів
- г) Використання тільки рекламних брошур

5. Як впливає стратегія "збільшення продажів за допомогою подарунків" на споживчу поведінку?

- а) Збільшення відсотка повторних покупок
- б) Зниження інтересу споживачів до продукції
- в) Зниження загального обсягу продажів
- г) Залучення нових конкурентів

6. Як виробники можуть використовувати "продажі спеціальних пропозицій" для стимулювання збуту?

- а) Регулярні знижки для всіх клієнтів
- б) Знижки на продукцію зі скороченим терміном придатності
- в) Продаж подарунків разом з продукцією
- г) Збільшення цін для приваблення клієнтів

7. Що означає поняття "прямий маркетинг" в системі стимулювання збуту продукції біотехнологій?

- а) Продаж через інтернет-магазини
- б) Співпраця з посередниками
- в) Рекламна кампанія на телебаченні
- г) Продаж через роздрібні магазини

8. Як виробники можуть використовувати "знижки на обсяг" для стимулювання збуту продукції біотехнологій?

- а) Зниження цін для постійних клієнтів
- б) Співпраця з роздрібними мережами
- в) Знижки для покупок у великих кількостях
- г) Використання тільки рекламних брошур

9. Як визначається поняття "віртуальна подія" у рекламі продукції біотехнологій?

- а) Тільки реклама через інтернет
- б) Організація заходів для споживачів
- в) Продаж товарів у віртуальних магазинах
- г) Рекламна кампанія на телебаченні

10. Як виробники можуть використовувати "персональні знижки" для стимулювання збуту?

- а) Знижки для покупок у великих кількостях
- б) Зниження цін для постійних клієнтів
- в) Використання рекламних брошур
- г) Співпраця з посередниками

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 468 с.
2. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О. М. Управління персоналом. 2-ге видання : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 502 с.
3. Довгань Л. Є., Ведута Л. Л., Мохонько Г. А. Технології управління людськими ресурсами : навч. посіб. / КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 512 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25275/1/TULR_navch_posibn.pdf
4. Козирева О. В., Овсієнко О. В. Організація праці менеджера : навч. посіб. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2019. 203 с.
5. Лугова В. М., Голубєв С. М. Основи самоменеджменту та лідерства : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 212 с. URL: https://www.dut.edu.ua/uploads/1_2058_35923197.pdf
6. Менеджмент : підручник / М. М. Шкільняк, О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, Ж. Л. Крисько, І. О. Демків. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 258 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46199/1/MenedjmentPD_B5_1.11.22.pdf
7. Менеджмент для бакалаврів : підручник. у 2 т. Т. 1. / за ред. О. Ф. Балацького, О. М. Теліженка. Суми : Університетська книга, 2016. 604 с.
8. Менеджмент для бакалаврів : підручник. у 2 т. Т. 2. / за ред. О. Ф. Балацького, О. М. Теліженка. Суми : Університетська книга, 2016. 591 с.
9. Менеджмент організацій : навчальний посібник / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад. Л. Є. Довгань, І. П. Малик, Г. А. Мохонько, М. В. Шкробот. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 271 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22243/1/%d0%9c%d0%9e_2017.pdf
10. Монастирський Г. Л. Теорія організації : підручник. 2-ге вид., перероб і доп. Тернопіль : Крок, 2019. 368 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37776/1/Teoriia%20orhanizatsii%202019.pdf>
11. Пушкар З. М., Пушкар Б. Т. Кадровий менеджмент : навч. посіб. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2017. 210 с. URL: https://www.dut.edu.ua/uploads/1_1828_53008904.pdf
12. Скібіцька Л. І. Організація праці менеджера : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 360 с.
13. Управління персоналом : навч. посіб. / Л. С. Борданова, В. Е.

Мельничук, Н.В. Рощина Н.В. Семенченко ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ :
КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 103 с.
[URL:https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36380/1/Upravlinia_personalom_KL.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36380/1/Upravlinia_personalom_KL.pdf)

14.Управління персоналом : опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальностей 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування» денної форми навчання / уклад. А. Л. Сухорукова. Миколаїв : МНАУ, 2022. 69 с. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jsui/handle/123456789/12088>

15.Управління персоналом : підручник / О. М. Шубалий та ін. ; за ред. О. М. Шубалого. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.

16.Шевченко В. С. Менеджмент і адміністрування (Самоменеджмент) : конспект лекцій / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. Бекетова, 2020. 91 с. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/55289/1/2019%20%D0%BF%D0%B5%D1%87%20135%D0%9B.pdf>

17. Shebanina O., Klyuchnik A., Burkovska A., Caruso D. and Burkovska A. Providing labor income as a supporting factor of the food security. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2018. № 40(4). P. 597-608. DOI: <http://doi.org/10.15544/mts.2018.51>

18. Дія. Бізнес. URL:<https://business.diia.gov.ua/>

19. Офіційний сайт Верховної ради України. URL: <http://portal.rada.gov.ua>

20. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua>

21. Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: <http://customs.gov.ua>

МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У БІОТЕХНОЛОГІЯХ

Методичні рекомендації
до виконання тестових завдань для здобувачів
другого (магістерського) рівня 2-го року
очної (денної) форми навчання
ОПП «Біотехнології та біоінженерія»,
спеціальності 162
««Біотехнології та біоінженерія»»

Укладач: **Федосєєва Ганна Степанівна**

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк.
2,0 Тираж 50 прим. Зам. №_____

Надруковано у видавничому відділі
Миколаївського національного аграрного університету
54020, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2013 р.