

Lista zagadnień na egzamin dyplomowy magisterski

Specjalność Marketing

1. Marketingowa koncepcja rozwoju organizacji.
2. Struktura i formułowanie strategii marketingowej.
3. Istota i rola metod port folio w analizie otoczenia
4. Znaczenie strategii wynikających z relacji produkt-rynek („okno Ansoffa”).
5. Etapy rozwoju marketingu i czynniki wzrostu jego znaczenia.
6. Rynek instytucjonalny – proces decyzyjny i relacje dostawca-nabywca.
7. Ewolucja od firmy kierującej się rynkiem do kierującej rynkiem.
8. Nowe trendy w zarządzaniu marketingiem.
9. Psychograficzna segmentacja rynku.
10. Modele zachowania konsumentów na rynku.
11. Profil współczesnego konsumenta.
12. Zasady i procedury controllingu w marketingu.
13. Nowa gospodarka a marketing.
14. Marketing relacji we współczesnych organizacjach.
15. System CRM w nowoczesnej firmie.
16. ECR jako metoda działania na rynku.
17. Menedżer marketingu w firmie przyszłości.
18. Klienci strategiczni.
19. Kapitał kliencki jako element wartości firmy.
20. Idea i realizacja marketingu lateralnego.
21. Przydatność strategicznej karty wyników.
22. Zastosowanie i instrumenty marketingu politycznego.
23. Marketing internetowy – zasady, formy, zalety i ograniczenia.
24. Nowoczesne systemy dystrybucji.
25. Znaczenie wartość dodana logistyki marketingowej.
26. Nowe instrumenty promocji.
27. Określanie budżetu marketingu.
28. Marketing jako dyscyplina naukowa.
29. Subdyscypliny marketingu.
30. Globalizacja a marketing.
31. Użyteczność marketingu dla społeczeństwa, dla przedsiębiorców i konsumentów.