

Список предметов для экзамена на получение диплома бакалавра

Специализация в области маркетинга

1. концепция маркетинга, цели и области его применения.
2. цели и методы анализа маркетинговой среды организации.
3. компоненты маркетинг-микса и отношения между ними.
4. обоснование выбора маркетинговой стратегии.
5. конкуренция - угроза или вызов?
6. основные стратегии получения конкурентных преимуществ.
7. сегментация рынка - цели, критерии и процедуры.
8. детерминанты потребительского поведения.
9. процесс принятия решений - фазы и типы.
10. эффективность маркетинга - ее значение, оценка и показатели.
11. идея контроллинга в маркетинге.
12. Оценка положения компании на рынке.
13. Потребительская ценность.
14. Основные способы организации маркетинговой деятельности.
15. услуга как продукт.
16. Маркетинг услуг в сравнении с маркетингом материальных продуктов.
17. продукт в техническом и маркетинговом аспектах.
18. жизненный цикл продукта на рынке - маркетинговая деятельность на определенных фазах].
19. Подходы в процессе ценообразования.
20. цели и критерии ценовой дифференциации.
21. Стратегии ценообразования.
22. Распределение - функции, стратегии и структура маркетинговых каналов.
23. Значение маркетинговой коммуникации и ее инструменты.
24. реклама - понятие, функции и планирование рекламной кампании.
25. Эффективность и результативность продвижения.
26. Имидж организации - значение и формирование.
27. прямой маркетинг - сущность и инструменты.

28. Маркетинг места - значение и инструменты. 29. Упаковка и ее значение в маркетинговой деятельности.

30. бренд - сущность и формирование.