

Список предметов для экзамена на получение диплома магистра

Специализация Маркетинг

1. Маркетинговая концепция развития организации.
2. структура и формулировка маркетинговой стратегии.
3. сущность и роль методов порт-фолио в анализе окружающей среды
4. Важность стратегий, вытекающих из отношений между продуктом и рынком ("окно Ансоффа").
5. этапы развития маркетинга и факторы роста его значимости.
6. институциональный рынок - процесс принятия решений и отношения поставщик-покупатель.
7. Эволюция от фирмы, управляемой рынком, к фирме, управляемой рынком.
8. новые тенденции в управлении маркетингом.
9. психографическая сегментация рынка.
10. модели поведения потребителей на рынке.
11. Профиль современного потребителя.
12. принципы и процедуры контроллинга в маркетинге.
13. Новая экономика и маркетинг.
14. Маркетинг взаимоотношений в современных организациях.
15. CRM-система в современной компании.
16. ECR как метод работы на рынке.
17. менеджер по маркетингу в компании будущего.
18. Стратегические клиенты.
19. Клиентский капитал как элемент стоимости компании.
20. идея и реализация латерального маркетинга.
21. полезность стратегической системы показателей.
22. применение и инструменты политического маркетинга.
23. интернет-маркетинг - принципы, формы, преимущества и ограничения.
24. современные системы распределения.
25. важность добавленной стоимости маркетинговой логистики.

26. новые инструменты продвижения.
27. определение маркетингового бюджета.
28. маркетинг как научная дисциплина.
29. Субдисциплины маркетинга.
30. глобализация и маркетинг.
31. полезность маркетинга для общества, бизнеса и потребителей.