Магистерская программа
«Стратегический и инновационный маркетинг»

3 этап экзамена магистра:
22.07.2019, 10-00, ауд 570/2
29.07.2019, 10-00, ауд 570/2

КОНСУЛЬТАЦИЯ 18 июля, 25 июля, 12-30, аудитория 570/2

- форма и процедура проведения 3 этапа
- критерии оценивания при собеседовании
- вопросы по темам собеседования.

Темы для подготовки

1. Понятие маркетинга. Цели, задачи, функции маркетинга.
2. Основные категории маркетинга: нужды, потребности, запросы, товары, обмен, сделка, рынок.
3. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда предприятий.
4. Комплекс маркетинга 4Р: продукт, цена, распространение, продвижение.
5. Маркетинговая информация: понятие, виды. Схема информационного процесса в маркетинге
6. Маркетинговые исследования: методы, этапы, результаты.
7. Основные факторы, определяющие поведение потребителя: культурные, социальные, личные, психологические.
8. Сегментация рынка: понятие, основные критерии сегментирования потребительского рынка.
9. Промышленный рынок. Основные характеристики, особенности сегментирования.
10. Товарная политика компании. Понятие товара. Классификация и уровни товара.
11. Жизненный цикл товара.
12. Ценообразование на различных рынках. Кривая спроса и предложения.
13. Каналы распределения товаров. Функции канала. Уровни каналов распределения.
14. Система маркетинговых коммуникаций: понятие, задачи, структура.
15. Связи с общественностью как элемент системы маркетинговых коммуникаций.
16. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций.
17. Стимулирование сбыта как элемент системы маркетинговых коммуникаций.
18. Стратегическое планирование в маркетинге.
19. Специфика маркетинга услуг. Особенности услуги как товара.
20. Интернет-маркетинг.

Зав.кафедрой менеджмента
Левина Алена Борисовна
Телефон +7 905 837 5256
e-mail levinaab@susu.ru