**Вопросы к государственному экзамену**

**по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»**

**Профиль подготовки: «Маркетинг»**

**(уровень магистратура)**

**на 2016-2017 учебный год**

1. Современная концепция маркетинга: сущность, виды, тенденции.
2. Основные цели, задачи, функции и принципы маркетинга.
3. Основные концепции маркетинга: сравнительный анализ.
4. Анализ микро- и макросреды предприятия (фирмы).
5. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды предприятия (фирмы).
6. Анализ и оценка потенциальных возможностей предприятия (фирмы).
7. Маркетинговые исследования: сущность, виды, направления, методы, этапы.
8. Основные стадии и методы маркетингового исследования.
9. Поведение потребителей: основы, теории, виды.
10. Потребности: классификация, способы удовлетворения.
11. Поведение потребителей: факторы, мотивация, модели.
12. Сегментация рынка и позиционирование товара.
13. Сегментация рынка: критерии, этапы, технологии.
14. Позиционирование товара на рынке: сущность, виды, концепции.
15. Конкурентоспособность фирмы и выбор стратегии.
16. Анализ конкурентоспособности фирмы и товара на целевом рынке.
17. Маркетинговые стратегии: проблемы выбора и эффективности.
18. Оптимизация организационной структуры управления деятельностью фирмы.
19. Организационные структуры управления фирмой: виды и проблемы эффективности.
20. Оптимизация организационной структуры управления.
21. Организационные структуры управления маркетинговой деятельностью.
22. Планирование маркетинговой деятельности фирмы.
23. Контроль в маркетинге: сущность, формы, проблемы.
24. Маркетинг-микс. Товар в системе маркетинга.
25. Товарная политика фирмы: проблемы управления.
26. Новые товары в рыночной стратегии.
27. Ценовая политика предприятия: сущность, виды стратегий.
28. Ценовые стратегии фирмы.
29. Сбытовая политика предприятия (фирмы).
30. Сбытовая политика фирмы: планирование, структура, этапы.
31. Стимулирование сбыта: сущность, виды, проблемы.
32. Коммуникационная политика предприятия: сущность, виды, проблемы эффективности.
33. Реклама: виды, функции, средства, методы, принципы.
34. Международный маркетинг: сущность, структура, подходы.
35. Сущность, формы и этапы перехода к международному маркетингу.
36. Факторы, действующие в международном маркетинге.
37. Состав культурной среды, влияющей на международный бизнес.
38. Изучение зарубежного рынка: сущность и особенности, оценка и выбор.
39. Франчайзинг: сущность, виды, особенности развития в России.
40. Анализ конкурентоспособности фирмы на международном рынке.
41. Особенности ценообразования на экспортируемую продукцию ИНКОТЕРМС-90, 2000.
42. Маркетинг на рынке про­дукции производственно-технического назначения.
43. Особенности маркетинга в агробизнесе.
44. Услуги: сущность, свойства, классификация, особенности маркетинговой деятельности.
45. Маркетинговая деятельность в сфере образовательных услуг и продуктов.
46. Маркетинговая деятельность в гостиничном бизнесе.
47. Маркетинговая деятельность в туристской деятельности.
48. Маркетинговая деятельность в книгоиздании.
49. Маркетинговая деятельность в страховании.
50. Маркетинговая деятельность в политической сфере.
51. Связь между постановкой целей и управлением человеческими ресурсами.
52. Теория лидерства.
53. Теория лидерства Фидлера.
54. Управленческая сетка руководства Блейка и Мутона.
55. Типы групп: основные группы, коалиции и др.
56. Концепция группового мышления.
57. Практические выгоды от неформальной организации.
58. Источники стресса (организационный, групповой и индивидуальный стресс). Методы управления стрессом.
59. Классификация основных форм власти в организации.
60. Основные категории организационных коммуникаций.
61. Организационная культура и особенности ее развития.
62. Понятие «система» и виды систем. Иерархия систем.
63. Порядок и организованность как свойство материи: уровни и критерии.
64. Признаки сложности систем. Системный, комплексный и аспектный подходы к изучению сложных систем.
65. Социальный организм: роли, лидеры и группы. Конфликты и согласие.
66. Общественные организации. Социальные норма и институты как инструменты организации общества.
67. Хозяйственные организации и организация хозяйства. Рыночные формы производственно-хозяйственных и других организаций: ассоциация, картель, банк, биржа, фирма, франчайза, холдинг.
68. Взаимосвязь организации и управления в социальных системах. Система управления как организационная система.
69. Структура и процессы управления как статическая и динамическая организация.