

Курс "УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ"

для студентов всех форм обучения

1. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений.
2. **"Маркетинговое мышление"** : раскройте сущность данного определения и обоснуйте его необходимость в современной теории и практике управления маркетингом.
3. Маркетинг в рыночной концепции управления предприятием.
4. **"Управление маркетингом"** и **"маркетинговое управление"** : как вы соотносите эти понятия, приведите конкретные примеры из практики.
5. Управление маркетингом на корпоративном уровне: особенности корпоративных стратегий в современных условиях.
6. **"Дифференцированный"** и **"недифференцированный"** маркетинг : дайте определение, укажите специфику в практике управления маркетингом.
7. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии. Матрицы БКГ и Мак-Кинзи.
8. **"Интегрированный"** и **"целевой"** маркетинг: дайте определение, укажите специфику в практике управления маркетингом.
9. Управление маркетингом на корпоративном уровне: стратегии роста. Матрица И. Ансоффа.
10. **Дивизиональный подход** в управлении маркетингом. Дайте определение и укажите специфику в условиях современного рынка.
11. Управление маркетингом на корпоративном уровне: конкурентные стратегии. Модель конкурентных сил М. Портера.
12. **Матричный подход** в управлении маркетингом. Дайте определение и укажите специфику в условиях современного рынка.
13. Управление маркетингом на функциональном уровне в комплексе современных стратегий предприятий (фирм).
14. **Организационная структура службы маркетинга**: чем определяется её специфика и предназначение?
15. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка и выбор целевых сегментов.
16. **Управление продажами** в маркетинговом комплексе: сущность и отличие от понятия **"управление сбытом"**.

17. Управление маркетингом на функциональном уровне: цель и задачи позиционирования товара.
18. **Прямой маркетинг** и **ритейл** в практике управления маркетингом.
19. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление товаром. Маркетинговые решения по ЖЦТ.
20. **Функциональный подход** в управлении маркетингом. Дайте определение и укажите специфику в условиях современного рынка.
21. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление ценовой политикой.
22. **Маркетинговые решения** в управлении производством (управление разработкой, производством и реализацией отдельного продукта).
23. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление каналами распределения.
24. **Бенчмаркинг** в практике управления маркетингом.
25. Управление ассортиментной политикой в маркетинге. Понятие широты, глубины ассортимента и его безубыточности.
26. **Противодействующий маркетинг** на рынке иррационального спроса на товар. Приведите примеры управления маркетингом в данной ситуации.
27. Товарный знак как инструмент продвижения товара в практике управления маркетингом.
28. **Демаркетинг** на рынке существенного превышения спроса над предложением. Приведите примеры управления маркетингом в данной ситуации.
29. Мерчандайзинг в практике управления товародвижением (маркетинговой логистикой).
30. **Ремаркетинг** на рынке снижения рыночного спроса на товар. Приведите примеры управления маркетингом в данной ситуации.
31. Задачи управления маркетингом в условиях ценовой конкуренции. Практика антидемпинговой политики.
32. **Синхромаркетинг** на рынке нерегулярного спроса на товар. Приведите примеры управления маркетингом в данной ситуации.
33. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление коммуникационными маркетинговыми средствами.
34. **Конверсионный маркетинг** на рынке отрицательного спроса на товар. Приведите примеры управления маркетингом в данной ситуации.
35. Специфика управления маркетингом на рынках B2C и B2B. Особенности поведения потребителя.

36. **Маркетинг микс "4Р"** в практике управления маркетингом.
37. Маркетинговое ценообразование в управлении маркетингом.
38. **Маркетинг микс "7Р"** в практике управления маркетингом.
39. Интернет -маркетинг как важнейший инструмент в современной стратегии управления маркетингом.
40. **Маркетинговая среда** : как она влияет на качество управления маркетинговой деятельностью предприятия?
41. Возможности и аудитории рекламы ATL и BTL. Формы, методы, приемы в управлении рекламной деятельностью.
42. Дайте характеристику трех уровней товара в маркетинге.
43. Интегрированные маркетинговые коммуникации в практике продвижения компании и ее продукции на рынок.
44. **"Компания маркетинговая"** и **"маркетинговая кампания"**: сущность понятий и особенности управления.
45. Функциональные связи маркетинга на предприятии и их влияние на эффективность маркетингового управления.
46. **Маркетинг отношений** в практике управления маркетингом.
47. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга.
48. **Маркетинг сетевой** в индустрии прямых продаж: основные принципы управления.
49. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.
50. **Маркетинг-менеджмент** в практике управления российскими предприятиями.
51. Маркетинговый план как важнейший инструмент управления маркетингом: структура, содержание, специфика реализации.
52. **Маркетинговая концепция**: история эволюции и влияния на управление маркетинговым комплексом.
53. Бюджет маркетинга. Инвестиционный характер затрат на маркетинговую деятельность.
54. Разъясните, какое влияние оказывают товары на структуру и управление маркетинговым комплексом?
55. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм.
56. **Маркетинг микс потребителя "4С"** в практике управления маркетингом.

57. Содержание маркетингового контроля. Контроллинг и мониторинг в управлении маркетингом.
58. **Маркетинг стимулирующий** в практике управления товаром на рынке.
59. Контроль и аудит в системе управления маркетингом.
60. **Маркетинг партизанский** в современных условиях рынка: необходимость и эффективность в практике управления маркетингом.