**Вопросы к ГИА (бак) направленность «Маркетинг»**

(1 вопросы)

1. Бизнес-план организации: назначение, структура, краткое содержание разделов. Особенности координации предпринимательской деятельности в условиях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками организационного процесса.
2. Группа в организации: понятие, виды, структура и межличностные отношения.
3. Делегирование полномочий и нормы управляемости в системе управления.
4. Дивизиональные организационные структуры управления: виды, конфигурации, преимущества и недостатки.
5. Жизненный цикл организации: понятие, концепции А. Адизеса и Л. Грейнера, их содержание, сравнительная характеристика стадий развития современных компаний.
6. Иерархические (административные, бюрократические, рациональные) организационные структуры управления: виды, конфигурации, преимущества и недостатки.
7. Информационное обеспечение управления организацией. Значение и сущность информации, её типы, категории и источники. Роль информационных технологий в деятельности менеджера. Информационная инфраструктура.
8. Критерии и показатели эффективности менеджмента.
9. Лидерство в организации: понятие, теории, типы, особенности воспитания лидеров.
10. Методы управления: понятие, классификация, особенности применения в практике работы современных руководителей и менеджеров.
11. Мотивация как функция управления человеческими ресурсами.
12. Организационная культура: понятие, классификация, методы диагностики, условия, способствующие её повышению.
13. Организация как система. Внутренняя и внешняя среда. Характеристика организации как системы: разделение труда и специализация, связи и механизмы координации, степень централизации, организационные границы.
14. Организация: понятие, основные законы, виды.
15. Особенности разработки управленческих решений в условиях определённости, неопределённости и риска.
16. Разрешение конфликтов в организации: их природа, типы, причины и последствия, особенности управления конфликтами.
17. Система управления человеческими ресурсами в организации. Задачи и функции менеджера в данной профессиональной области.
18. Стиль руководства: понятие, классификация и особенности применения в современной управленческой практике.
19. Стратегическое видение и миссия организации: назначение, классификация, особенности формирования.
20. Управление карьерой как функция управления человеческими ресурсами.
21. Управленческие решения и особенности их документального оформления в операционной деятельности современных организаций.
22. Управленческие решения: понятие, классификация, этапы разработки и реализации.
23. Условия принятия качественных управленческих решений.
24. Факторы конкурентоспособности организации и слагаемые повышения её конкурентного статуса на рынке.
25. Функции управления: понятие, виды (общие, интегрирующие, связующие, специальные), краткое содержание.
26. Характеристика организации как системы: разделение труда и специализация, связи и механизмы координации, степень централизации, организационные границы.
27. Цели управления: классификация, требования к разработке, формы установления, управление по целям (MBO).
28. Школа количественных методов: видные представители, основные труды, ключевые идеи, вклад в формирование и развитие профессионального менеджмента.
29. Школа научного управления и административная школа: видные представители, основные труды, ключевые идеи, вклад в формирование и развитие профессионального менеджмента.
30. Школы человеческих отношений и поведенческих наук: видные представители, основные труды, ключевые идеи, вклад в формирование и развитие профессионального менеджмента.

(2 вопросы)

1. Альтернативные стратегии ценообразования при выводе на рынок нового товара.
2. Архитектура бренда. Типы архитектуры бренда.
3. Аудит бренда.
4. Выборка и целевая аудитория. Понятие репрезентативности выборки.
5. Кабинетные, количественные и качественные исследования.
6. Классификация маркетинговых исследований, их типология.
7. Маркетинговые коммуникации в интернете
8. Марочный портфель: варианты стратегического развития
9. Методы ценообразования
10. Модель конкурентных сил М. Портера.
11. Организация и управление деятельностью в сфере маркетинговых коммуникаций компании.
12. Основные виды ценовых стратегий.
13. Особенности потребительского поведения на рынках B2B и B2С.
14. Оценка экономической, коммуникативной эффективности рекламы
15. Ошибки в измерениях результатов маркетинговых исследований. Зависимость ошибки выборки от размера выборки (упрощенная формула).
16. Позиционирование продукта на рынке: понятие, правила, критерии выявления маркетинговых приоритетов.
17. Понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации» (ИМК), объективная необходимость интеграции коммуникаций
18. Понятие бренда, товарного знака. Виды товарных знаков.
19. Портфельные стратегии в маркетинге.
20. Потребительское поведение домохозяйств. Влияние жизненного цикла семьи на потребительское поведение.
21. Сбытовая политика организации: цели, стратегии, каналы распределения продукции, особенности принятия маркетинговых решений по их выбору.
22. Сегментирование рынка: основные понятия, виды и критерии сегментации.
23. Стандартизованная маркетинговая информация и ее источники. Аудит розничной торговли. Панель потребителей.
24. Статусное (показное, престижное, демонстративное) потребление.
25. Стратегии роста компании.
26. Структура брифа и предложения на проведение маркетинговых исследований.
27. Товарная политика организации: цели, стратегии, особенности управления процессами формирования и развития продуктового портфеля, жизненный цикл товара.
28. Функциональные маркетинговые стратегии.
29. Цели и способы государственного регулирования цен.
30. Usage and Attitude – исследования привычек и предпочтений потребителей в рамках продуктовой категории. Измеряемые показатели результатов исследований