**Примерные вопросы и практико-ориентированные задания к государственному экзамену к государственному экзамену**

**по направлению 38.03.02 «Менеджмент»**

**профиль «Маркетинг»**

1. Концепция жизненного цикла товара, основные стадии и характеристика. Особенности жизненного цикла товаров, в зависимости от уровня спроса на продукцию.
2. Оценка конъюнктуры и емкости товарных рынков.
3. Стратегический менеджмент: сущность, принципы и методы.
4. Подходы к классификации организационных структур управления.
5. Бюджетирование организации: цели, задачи, функции и особенности для разных отраслей.
6. Взаимосвязь эффективности менеджмента с эффективностью деятельности организации.
7. Виды и функции организационной культуры организации. Опишите влияние организационной культуры на процесс принятия решений руководством организации.
8. Глобализация экономики и ее влияние на устойчивость внешней среды функционирования субъектов хозяйствования.
9. Дайте характеристику комплекса маркетинга, используемого на рынке финансовых услуг.
10. Миссия организации, формирование целей и методы обоснования стратегии организации.
11. Организационно-правовые формы юридических лиц: понятие, классификация и принципы выбора.
12. Основные условия достижения конкурентоспособности: ориентация на клиента и технологии изучения лучших методов ведения бизнеса.
13. Основные финансово-экономические показатели оценки эффективности деятельности организации.
14. Особенности разработки финансовой стратегии организации: содержание и порядок.
15. Применение теории мотивации в практике российских организаций.
16. Природа принципов менеджмента и их значение в теории и практике.
17. Раскройте основные черты стратегического, оперативного и тактического управления организацией.
18. Риски организации: понятие, виды и их влияние на эффективную деятельность. Методы управления рисками организации.
19. Стратегии выхода российских организаций на международный рынок. Влияние международных санкций на деятельность российских компаний на зарубежных рынках.
20. Сущность, принципы, объект и предмет менеджмента.
21. Типовые этапы разработки стратегии организации.
22. Функции менеджмента - планирование, организация, мотивация и контроль.
23. Эволюция концепций менеджмента. Дайте характеристику научных школ менеджмента, используя хронологический подход к их классификации.
24. Сущность, задачи и методика проведения SWOT-анализа.
25. Понятие, виды и особенности развития брендинга. Роль бренда в формировании стратегии организации.
26. Стратегии распределения в маркетинге: характеристика, классификация, особенности применения.
27. Департамент маркетинга и его роль в стратегическом развитии организации.
28. Коммуникативная политика в системе международного маркетинга. Особенности международного маркетинга в условиях международных санкций.
29. Контроль, оценка и аудит маркетинга.
30. Концепция, функции, цели маркетинговых коммуникаций. Трансформация маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики.
31. Маркетинговая среда и ее структура. Влияние международных санкций на деятельность российских организаций.
32. Организации рекламной деятельности и правовые требования к ее осуществлению.
33. Первичная и вторичная маркетинговая информация, источники ее получения.
34. Поведения потребителей: понятие и характеристика основных моделей.
35. 2. Понятие, характеристика и особенности применения маркетинговой информационной системы (МИС).
36. Разновидности PR-документов для СМИ. Методы написания и предоставления.
37. Сегментация рынка: понятие, признаки и критерии, процесс проведения.
38. Стимулирование сбыта и продаж. Методы и приемы увеличения продаж в условиях неустойчивости.
39. Стратегические задачи маркетинговых коммуникаций.
40. Сущность b2b маркетинга, основные инструменты.
41. Сущность маркетинговых исследований и их роль в обеспечении информационно-аналитических потребностей организации.
42. Сущность связей с общественностью (PR) как элемента маркетинговых коммуникаций организации. Проанализируйте, как меняется содержание PR-мероприятий при продвижении товаров отечественных производителей в условиях импортозамещения.
43. Управление маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях.
44. Формирование ассортиментной политики. Сущность и преимущества применения категорийного менеджмента.
45. Франчайзинг: понятие и его роль в организации каналов распределения.
46. Характеристика комплекса маркетинга, используемого на рынке финансовых услуг.
47. Эволюция концепций маркетинга. Интернет-маркетинг и традиционный маркетинг: сходства и различия.
48. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.
49. Сущность основных методов ценообразования в маркетинге. В каких случаях целесообразно применять затратные методы ценообразования?
50. Сущность и виды контроля деятельности организации, роль контроля в менеджменте.

**Практико-ориентированные задания**

1. Руководство розничной торговой сети приняло решение провести модернизацию торговых объектов. Сделайте предложения по внедрению инновационных решений в деятельность магазина.

Проанализируйте достоинства и недостатки внедряемых решений.

1. Участник биржевого рынка продал 10 тыс. баррелей нефти по мартовскому фьючерсному контракту по цене 67,9 долл./баррель. Депозит составил 1000 долл. за контракт. Единица контракта – 1000 баррелей.

Какова будет сумма счета, если он закроет сделку при цене 65,5 долл.

Дайте оценку, целесообразно ли было заключать фьючерсную сделку?

1. Затраты на рекламу составили 500 000 руб. В результате проведенной рекламной акции объем продаж фирмы за анализируемый период увеличился на 75 000 единиц товара. Цена единицы товара составляет 3000 руб., себестоимость – 2 500 руб. Определите эффективность рекламы.