

Lista zagadnień na egzamin dyplomowy licencjacki

Specjalność Marketing

1. Pojęcie marketingu oraz cele i obszary jego zastosowania.
2. Cele i metody analizy otoczenia marketingowego organizacji.
3. Komponenty marketing mix i zależności pomiędzy nimi.
4. Przesłanki wyboru strategii marketingowej.
5. Konkurencja – zagrożenie czy wyzwanie?
6. Podstawowe strategie uzyskiwania przewagi konkurencyjnej.
7. Segmentacja rynku – cele, kryteria i procedury.
8. Uwarunkowania zachowania konsumentów.
9. Proces decyzyjny – fazy i typy.
10. Efektywność marketingu – jej znaczenie, ocena i wskaźniki.
11. Idea controllingu w marketingu.
12. Ocena pozycji rynkowej firmy.
13. Wartość konsumencka.
14. Podstawowe sposoby organizacji działalności marketingowej.
15. Usługa jako produkt.
16. Marketing usług a marketing produktów materialnych.
17. Produkt w aspekcie techniczno-konstrukcyjnym i marketingowym.
18. Cykl życia produktu na rynku – działania marketingowe w poszczególnych fazach.]
19. Podejścia w procesie ustalania cen.
20. Cele i kryteria różnicowania cen.
21. Strategie cenowe.
22. Dystrybucja – funkcje, strategie i struktura kanałów marketingowych.
23. Znaczenie komunikacji marketingowej i jej narzędzia.
24. Reklama – pojęcie, funkcje i planowanie kampanii reklamowej.
25. Skuteczność i efektywność promocji.
26. Wizerunek organizacji – znaczenie i kształtowanie.
27. Marketing bezpośredni – istota i narzędzia.
28. Marketing miejsca – znaczenie i instrumenty.
29. Opakowanie i jego znaczenie w działaniach marketingowych.
30. Marka – istota i kształtowanie.