**Примерные вопросы государственного экзамена**

**направление 38.03.02 «Менеджмент»,**

**профиль «Маркетинг»**

***1. Вопросы направления менеджмент***

1. Бюджетирование и финансовое планирование в компании. Взаимосвязь с бизнес-планированием в компании.
2. Виды и функции организационной культуры организации. Опишите влияние организационной культуры на процесс принятия решений руководством организации.
3. Глобализация экономики и ее влияние на устойчивость внешней среды функционирования субъектов хозяйствования.
4. Дайте характеристику современных концепций управления персоналом.
5. Классификация конкурентных стратегий по М.Портреру. Проанализируйте особенности применения стратегии дифференциации в современных условиях.
6. Миссия организации, формирование целей и методы обоснования стратегии организации.
7. Основные условия достижения конкурентоспособности: ориентация на клиента и технологии изучения лучших методов ведения бизнеса.
8. Основные финансово-экономические показатели оценки эффективности деятельности организации.
9. Особенности разработки финансовой стратегии организации: содержание и порядок.
10. Оценка конъюнктуры и емкости товарных рынков.
11. Подходы к классификации организационных структур управления.
12. Применение теории мотивации в практике российских организаций.
13. Природа принципов менеджмента и их значение в теории и практике.
14. Раскройте основные черты стратегического, оперативного и тактического управления организацией.
15. Риски организации: понятие, виды и их влияние на эффективную деятельность. Методы управления рисками организации.
16. Система управления персоналом организации, ее функции. Формы и методы планирования, найма и оценки персонала.
17. Системный подход к исследованию организаций. Открытые и закрытые организационные системы. Организация как социально-экономическая система.
18. Стратегии выхода российских организаций на международный рынок. Влияние международных санкций на деятельность российских компаний на зарубежных рынках.
19. Стратегический менеджмент: сущность, принципы и методы.
20. Сущность и виды контроля деятельности организации, роль контроля в менеджменте.
21. Сущность, задачи и методика проведения SWOT-анализа.
22. Сущность, принципы, объект и предмет менеджмента.
23. Типовые этапы разработки стратегии организации.
24. Ценообразование и ценовая политика компании. Влияние ценовой политики на показатели деловой активности компании.
25. Эволюция концепций менеджмента. Дайте характеристику научных школ менеджмента, используя хронологический подход к их классификации.

***2. Вопросы профиля маркетинг***

1. Дайте характеристику комплекса маркетинга, используемого на рынке финансовых услуг.
2. Особенности организационных структур департамент маркетинга и его роль в стратегическом развитии организации.
3. Коммуникативная политика в системе международного маркетинга. Особенности международного маркетинга в условиях международных санкций.
4. Контроль, оценка и аудит маркетинга.
5. Концепция, функции, цели маркетинговых коммуникаций. Трансформация маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики.
6. Маркетинговая среда и ее структура. Влияние международных санкций на деятельность российский организаций.
7. Организация рекламной деятельности и правовые требования к ее осуществлению.
8. Первичная и вторичная маркетинговая информация, источники ее получения.
9. Поведение потребителей: понятие и характеристика основных моделей.
10. Понятие, виды и особенности развития брендинга. Роль бренда в формировании стратегии организации.
11. Понятие, характеристика и особенности применения маркетинговой информационной системы (МИС).
12. Разновидности PR-документов для СМИ. Методы написания и предоставления.
13. Раскройте сущность основных методов ценообразования в маркетинге. В каких случаях целесообразно применять затратные методы ценообразования?
14. Раскройте сущность связей с общественностью (PR) как элемента маркетинговых коммуникаций организации. Проанализируйте как меняется содержание PR-мероприятий при продвижении товаров отечественных производителей в условиях импортозамещения.
15. Сегментация рынка: понятие, признаки и критерии, процесс проведения.
16. Стимулирование сбыта и продаж. Методы и приемы увеличения продаж в условиях неустойчивости.
17. Стратегии распределения в маркетинге: характеристика, классификация, особенности применения.
18. Стратегические задачи маркетинговых коммуникаций.
19. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.
20. Сущность b2b маркетинга, основные инструменты.
21. Сущность маркетинговых исследований и их роль в обеспечении информационно-аналитических потребностей организации.
22. Управление маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях.
23. Формирование ассортиментной политики. Сущность и преимущества применения категорийного менеджмента.
24. Франчайзинг: понятие и его роль в организации каналов распределения.
25. Эволюция концепций маркетинга. Интернет-маркетинг и традиционный маркетинг: сходства и различия.