

Маркетингті басқару пәні бойынша БӨЖ тақырыптары

1. Фирма миссиясын ағымдық нақтылау
2. Ұйымдастыру мәдениетінің белгілері және оның деңгейі.
3. Бәсекелестік артықшылықты құрудың негізгі төрт бағыттары.
4. Фирма жұмыс тәжірибесіндегі СББ талдау көздері және фирма әрекетін қаржылық бағалау көрсеткіштері.
5. Макроортаны талдау, оның мазмұны.
6. Микроортаны талдау, оның мазмұны.
7. Маркетинг жоспарының құрылымы.
8. Стратегиялық және жедел маркетингтік жоспарлаудың ерекшеліктері.
9. Маркетинг бюджеті. Маркетинг бюджетін жоспарлау әдістері.
10. Фирманы басқару жүйесінің түсінігі және оны дамыту сатылары.
11. Маркетингті басқару үрдісінің технологиясы және басқару үрдісі.
12. Маркетинг қызметінің ұйымдық құрылымдары.
13. Маркетинг қызметін ұйымдастыру формалары.
14. Фирманың бәсекелестік стратегиялары.
15. Бизнестің орнын алу стратегиялары.
16. Фирманың корпоративті стратегияларын таңдау.
17. Стратегияларды бағалау.
18. Мақсатты рынокты портфельді талдау әдісі арқылы талдау.
19. Рыноктық баға құру заңы.
20. Баға құрудың негізгі стратегиялары.
21. Бөлшек бағаларды бақылау және делдалдар бағаларына әсер ету әдісі.
22. Тарату стратегиясы
23. Тарату арнасының ұзақтығын анықтау. Арнаның ұйымдастыру нысандарын таңдау.
24. Тұтынушылардың сатып алу туралы шешім қабылдауының үлгілер кешені. Тұтыну стилі.
25. Жылжыту міндеттері мен құралдары. Коммуникациялық стратегияны жасау сатылары.
26. Жылжыту бюджетін анықтау. Жылжыту бюджетін жасау әдістері. Жылжытуға кеткен шығындардың құрылымы.
27. Маркетингті басқарудағы бақылау мәні және маңызы.
28. Маркетинг аудитінің мәні мен ерекшеліктері.
29. Маркетингті басқару жүйесіндегі ақпаратты генерациялаудың негізгі принциптері.
30. Маркетингтік зерттеулер: мәні, қажеттілігі, әдістері, кезеңдері және бағыттары
31. Сұранысты болжау әдістері
32. Сатып алу тәртібі және оны көрсету үлгілері
33. Тұтынушыларды зерттеуді ұйымдастыру және жүргізу әдістері
34. Тұтынушылардың классификациясы және сатып алушының негізгі сипаттамалары
35. Тұтыну мотиві және сатып алу әрекетіне әсер ететін факторлар

- 36.Шешім қабылдау процесінің әртүрлі кезеңдеріндегі тұтынушының мінез-құлқына сыртқы және ішкі факторлардың әсері
- 37.Шешім қабылдау процесінің әртүрлі кезеңдерінде тұтынушылардың мінез-құлқын басқарудың маркетингтік стратегиялары
- 38.Кәсіпорынның мақсатты нарығын таңдау
- 39.Кәсіпорын тауарларын орналастыру: мақсаты, міндеттері, тәртібі
- 40.Кәсіпорын нарығын сегменттеу тәсілдерінің негіздемесі
- 41.Кәсіпорынның өнім ассортименті стратегиясының негіздемесі
- 42.Инновациялық өнімнің классификациясы және өмірлік циклі
- 43.Жаңа өнімді басқару модельдері мен әдістері
- 44.Өнімнің өмірлік циклінің барлық кезеңдерінде нарықта даму стратегиясын әзірлеу принциптері.
- 45.Кәсіпорынның баға саясатын негіздеу
- 46.Кәсіпорындағы тарату арналарын басқару
- 47.Кәсіпорында интеграцияланған маркетингтік коммуникацияларды басқару
- 48.Ақпаратты жинау, сақтау, өңдеу, ұсыну және берудің коммуникациялық технологияларының түрлері
- 49.Өнімді нарыққа шығарудың заманауи технологиялары
- 50.Кәсіпорындағы маркетингті стратегиялық жоспарлау