

მისაღები გამოცდის საკითხები საგანში “მარკეტინგი”

1. მარკეტინგის არსი და მისი ძირითადი ცნებები;
2. მარკეტინგის განვითარების ეტაპები და კონცეფციები;
3. მარკეტინგის მართვის პროცესი;
4. მარკეტინგის დაგეგმვის არსი და როლი ბიზნესში;
5. მარკეტინგის გეგმის სტრუქტურა და მისი შემუშავების თანმიმდევრობა;
6. მარკეტინგის ორგანიზაციული სტრუქტურა;
7. მარკეტინგული საქმიანობის კონტროლი;
8. კომპანიის მიკროგარემოს ძირითადი ფაქტორები;
9. კომპანიის მაკროგარემოს ძირითადი ფაქტორები;
10. მარკეტინგის ეთიკური საკითხები;
11. მარკეტინგული ინფორმაციის სისტემა და მისი ელემენტები;
12. მარკეტინგული კვლევის პროცესის ეტაპები;
13. მეორადი მარკეტინგული მონაცემების წყაროები;
14. მარკეტინგული კვლევის მეთოდები;
15. მყიდველობითი ქცევის მოდელი;
16. სამომხმარებლო საქონლის მყიდველთა ქვევაზე მოქმედი ფაქტორები;
17. მომხმარებელთა ქცევა სამომხმარებლო საქონლის ყიდვის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში;
18. ახალი საქონლის ყიდვის შესახებ გადაწყვეტილების მიღება;
19. მყიდველთა ქცევა საწარმოთა ბაზარზე;
20. ბაზრის სეგმენტაციის არსი და მისი გამოყენება მარკეტინგულ სტრატეგიაში;
21. სამომხმარებლო ბაზრის სეგმენტაცია;
22. საწარმოთა ბაზრის სეგმენტაცია;
23. მიზნობრივი ბაზრის შეფასება და შერჩევა;
24. საბაზრო სეგმენტაციის პროცესი;
25. მიზნობრივ ბაზარზე გასვლის მარკეტინგული სტრატეგიები;
26. საქონლის ცნება, დონეების კონცეფცია, კლასიფიკაცია, ასორტიმენტი და ნომენკლატურა;
27. სასაქონლო ნიშანი და მისი გამოყენება მარკეტინგში;
28. ახალი საქონლის არსი და შემუშავების აუცილებლობა;
29. ახალი საქონლის შემუშავების პროცესი;
30. საქონლის სასიცოცხლო ციკლის ეტაპები და შესაბამისი მარკეტინგული სტრატეგიები;
31. ფასწარმოქმნის პროცესის ეტაპები მარკეტინგში;
32. ფასწარმოქმნაზე მოქმედი შინაგანი და გარეგანი ფაქტორები;
33. ფასწარმოქმნის ძირითადი მეთოდები;
34. მარკეტინგული კომუნიკაციების სისტემა;
35. მარკეტინგული კომუნიკაციის პროცესი;
36. რეკლამის არსი და მისი კავშირი მარკეტინგული კომუნიკაციის სხვა ელემენტებთან;
37. სარეკლამო სტრატეგიის შემუშავება;
38. გასაღების სტიმულირების ხერხები;
39. პერსონალური გაყიდვების როლი ინტეგრირებულ მარკეტინგულ კომუნიკაციებში;
40. პირდაპირი მარკეტინგის ფორმები;
41. მარკეტინგული არხების (განაწილების არხების) როლი მარკეტინგის სტრატეგიაში;
42. განაწილების არხების ფუნქციები და დონეები

43. განაწილების არხების მართვა;
44. მარკეტინგული ლოგისტიკის ძირითადი კომპონენტები.
45. საცალო ვაჭრობის არსი და ევილუცია;
46. საცალო სავაჭრო საწარმოების ძირითადი სახეები;
47. საბითუმო შუამავლების ძირითადი ტიპები;
48. მომსახურების მარკეტინგის არსი და თავისებურებები;
49. საერთაშორისო მარკეტინგის გარემო;
50. საერთაშორისო ბაზარზე გასვლის მარკეტინგული სტრატეგიები.

ლიტერატურა

1. გარმსტრონგი, ფ.კოტლერი. მარკეტინგის საფუძვლები. მე-7 ინგლისურენოვანი გამოცემის თარგმანი ქართულ ენაზე. თბილისი, 2007 წ.
2. Ассель Генри. Маркетинг: Принципы и стратегия: Пер. с англ., Учебник. _М.:ИНФРЛ_М, 1999
3. Луис Бун, Дэвид Курц. Современный маркетинг. Учебник. Пер. с англ., _М.: Издательство „ЮНИТИ“ , 2005.
4. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ., Учебник, _М.: СПб.; К.: Издат. дом "Вильямс", 2007.
5. Verehoven Lugvig. Marketing. 2 Aufl. Herne u. a. 1995
6. McCarthy E. Jerome, Perreault D. William., Basic Marketing. IPWIN, Illinois, Boston, Massachusetts, Sydney, 1993.