



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тамбовский государственный технический университет»

**ПРИНЯТО**

решением Ученого совета ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
05 октября 2020 г. (протокол № 15)

**УТВЕРЖДЕНО**

приказом ректора ФГБОУ ВО «ТГТУ»  
20 октября 2020 г. № 197/3-04

**ПРОГРАММА**

вступительного испытания для поступающих в 2021 году в магистратуру  
на направление подготовки  
**38.04.02 Менеджмент**  
по программе магистратуры  
**38.04.02.01 Маркетинг**

1. Концепции маркетинга.
2. Принципы, функции и виды маркетинга.
3. Структура службы маркетинга.
4. Схема маркетингового исследования.
5. Методы сбора информации для конъюнктурных исследований.
6. Основные факторы микросреды фирмы.
7. Основные факторы макросреды фирмы.
8. Потребительский рынок и типы потребителей.
9. Модель покупательского поведения.
10. Характеристики покупателя.
11. Процесс принятия решения о покупке.
12. Новые тенденции потребительского поведения.
13. Сегментация рынка.
14. Выбор целевого сегмента.
15. Принципы сегментирования рынка.
16. Понятие и поиск «рыночной ниши».
17. Позиционирование товара.
18. Понятие товара.
19. Инновационная политика.
20. Жизненный цикл товара. Этапы жизненного цикла товара.
21. Ассортиментная политика.
22. Разработка упаковки и оформление товара.
23. Реклама и ее роль в коммуникационной политике.

24. Планирование рекламной компании.
25. Каналы распределения.
26. Механизмы управления ценой.
27. Ценообразование, ориентированное на затраты.
28. Стратегии маркетинга.
29. Многофакторная матрица «Мак-Кинси».
30. Методы диагностики, применяющиеся в маркетинговой деятельности.
31. Стимулирование сбыта.
32. Паблик-релейшн.
33. Понятие и виды интернет-маркетинга.
34. Механизм принятия маркетинговых управленческих решений.

### *СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ*

1. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. - 3-е изд., перераб. и доп. - СПб.: Питер, 2010. - 576 с.: ил. - (Учебник для вузов). – 12 шт.
2. Воронкова О.В. Маркетинг услуг: учебное пособие для бакалавров 080110 / О. В. Воронкова, Н. И. Саталкина; Тамб. гос. техн. ун-т. - Тамбов: ФГБОУ ВПО ТГТУ, 2011. - 92 с. – 19 шт.
3. Годин А.М. Маркетинг: учебник для вузов / А. М. Годин. - 8-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2010. - 672 с. – 30 шт.
4. Ким С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / С. А. Ким. - М.: Дашков и К, 2011. - 257 с. - Режим доступа к книге: <http://e.lanbook.com>
5. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебное пособие /О.В. Воронкова, К.В. Завражина, Р.Р. Толстяков и др.; под общей редакцией О.В. Воронковой. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та 2009. -120 с. –Загл. с экрана. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>
6. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / Морозов Ю.В. М.:из-во Дашков и К 2011 г.- 148 с. - Загл. с экрана. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com>