

## **Marketing – pytania na egzamin licencjacki**

1. Ewolucja koncepcji marketingu
2. Idea i składowe marketingu mix
3. Pojęcie i elementy otoczenia marketingowego
4. Pojęcie i klasyfikacja produktów konsumpcyjnych
5. Pojęcie i klasyfikacja dóbr przemysłowych
6. Instrumenty promocji, ich wady i zalety
7. Rola i funkcje promocji
8. Rodzaje przepływów w kanałach marketingowych
9. Pojęcie i szereble kanałów dystrybucji
10. Strategie ustalania cen
11. Proces ustalania ceny
12. Cechy usług i ich wpływ na kształtowanie narzędzi marketingu
13. Metody analizy portfelowej stosowane w marketingu
14. System informacji marketingowej
15. Proces badań sondażowych
16. Pojęcie i zalety segmentacji rynku
17. Kryteria segmentacji rynku
18. Proces podejmowania decyzji o zakupie na rynku konsumpcyjnym
19. Determinanty zachowań konsumentów w procesie zakupu
20. Specyfika marketingu przemysłowego
21. Rodzaje strategii konkurencji
22. Metoda analizy 5 sił Portera
23. Rynek przedsiębiorstw, a rynek konsumencki
24. Pojęcie i narzędzia marketingu inwestorskiego
25. Pojęcie i cechy audytu marketingowego
26. Obszary audytu marketingowego
27. Specyfika marketingu ery cyfrowej
28. Istota i podstawowe rodzaje działań marketingowych w wyszukiwarkach internetowych
29. Pojęcie i uwarunkowania wdrożenia marketingu wewnętrznego
30. Motywy kształtujące decyzje inwestorów na rynku kapitałowym