

Marketing – pytania na egzamin magisterski

1. Istota i elementy marketingu holistycznego
2. Elementy otoczenia marketingowego przedsiębiorstwa i ich wzajemne relacje
3. Różnice w kształtowaniu działań marketingowych na rynku konsumpcyjnym i przemysłowym
4. Rodzaje wizerunku przedsiębiorstwa i jego związek z tożsamością i reputacją
5. Czynniki kształtujące wizerunek przedsiębiorstwa
6. Istota i narzędzia zintegrowanej komunikacji marketingowej
7. Style i techniki negocjacji w biznesie
8. Znaczenie komunikacji werbalnej i niewerbalnej w procesie negocjacji
9. Systemy reprezentacji sensorycznej
10. Projektowanie doświadczeń użytkownika
11. Istota projektowania usług
12. Rola *public relations* w działaniach marketingowych przedsiębiorstwa
13. Istota i cele marketingu innowacji
14. Rodzaje i zastosowanie metod badań jakościowych
15. Ewolucja pojęcia marki i jej znaczenie w marketingu
16. Proces kształtowania nowego produktu
17. Proces przygotowania kampanii reklamowej
18. Cele i narzędzia marketingu społecznego
19. Rola marketingu społecznego w rozwiązywaniu problemów współczesnego świata
20. Ewolucja form komunikacji marketingowej
21. Rola mediów społecznościowych w zintegrowanej komunikacji marketingowej

22. Narzędzia kreowania wizerunku przedsiębiorstwa
23. Formułowanie strategii w oparciu o macierz Ansoffa
24. Public relations na tle innych narzędzi promocji
25. Metody badania mediów reklamowych
26. Rola i funkcje mediów w komunikacji marketingowej
27. Istota i wykorzystanie teorii *agenda setting*
28. Prawo autorskie i prawo własności przemysłowej w działalności marketingowej
29. Budowa strategii i planów marketingowych na różnych poziomach organizacji
30. Błędy w planowaniu mediów i ich konsekwencje