

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГАОУВПО «Казанский (Приволжский)
Федеральный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор И.Р. Гафуров
« » 20 г.
М.П.

Казань

Программа вступительного испытания в магистратуру
080200.68 «Менеджмент», магистерская программа
«Маркетинг»

Правила приема на магистерские программы «Маркетинг», «Экономика предпринимательства»

Для всех поступающих на магистерские программы «Маркетинг» и «Экономика предпринимательства», обязательным является прохождение собеседования.

Кроме того, для поступающих, имеющих высшее профессиональное образование, не совпадающего с избранным направлением магистерской подготовки, в качестве дополнительного результата вступительного испытания профильной направленности является письменный экзамен по маркетингу для поступающих на магистерскую программу «Маркетинг» и экзамен по экономике предпринимательства для поступающих на магистерскую программу «Экономика предпринимательства».

Поступающими, получившими высшее профессиональное образование с присвоением квалификации «бакалавр» по направлению, совпадающему с избранным направлением магистерской подготовки, в качестве результата вступительного испытания профильной направленности зачитываются результаты государственного экзамена и защиты бакалаврской работы по направлению подготовки бакалавриата.

Кроме того, для прохождения конкурсного отбора Поступающие представляют в комиссию документы:

- дипломы победителей олимпиад и лауреатов конкурсов научных и проектных работ (по профилю «Маркетинг» или «Экономика предпринимательства»);

- данные о наличии именных стипендий и грантов министерств, ведомств, фондов, подтверждённых документально;

- опубликованные научные и научно-практические работы (копии, заверенные);

- мотивационное письмо (не более двух страниц печатного текста формата А4), в котором должны быть отражены: образование и практический опыт Поступающего; профессиональные планы на будущее; причины, по которым Поступающий хочет обучаться по избранной магистерской программе; каким

образом Поступающий будет использовать знания и навыки, полученные во время обучения в магистратуре в своей деятельности;

- рекомендации ГАК.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА

«МАРКЕТИНГ»

Тема 1. Концепции маркетинга

Эволюция и концепции маркетинга. Категории маркетинга: нужда, потребность, спрос, предложение, товар, обмен, сделка, рынок. Определение маркетинга и его сущность. Цели, задачи, принципы и функции маркетинга.

Тема 2. Управление маркетингом

Содержание и технология процесса управления маркетингом. Структура процесса управления маркетингом. Планирование маркетинга. Принципы, цели задачи планирования в маркетинге. Виды планов маркетинга и методы планирования. Структура плана маркетинга. Организация маркетинговой деятельности.

Тема 3. Маркетинговые исследования

Понятие маркетинговых исследований и основные требования, предъявляемые к ним. Основные направления маркетинговых исследований. Состав и характеристика методов маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. Разделы и содержание отчета о маркетинговом исследовании.

Тема 4. Инструментарий и приемы маркетинга

Понятие и элементы комплекса маркетинга. Товар: основные понятия и определения. Классификация товаров. Цена: понятие и основные виды. Распределение: понятие и сущность. Стимулирование: понятие и сущность. Понятие, роль и задачи маркетинговых коммуникаций.

Сегментирование рынка: понятие, цели, общие признаки для товаров потребительского, производственно-технического назначения и услуг Выбор целевых сегментов рынка: массовый маркетинг, дифференцированный

маркетинг, концентрированный маркетинг. Достоинства и недостатки этих видов маркетинга. Позиционирование товара на рынке: понятие и механизм реализации. Определение емкости рынка. Взаимоотношения с потребителем. Создание конкурентных преимуществ предприятия.

Рекомендуемая литература

1. Маркетинг: учебное пособие / А.П. Мищенко, А.И. Банников и др. – 2-е изд.-М.: КНОРУС, 2008.- 288.
2. Маркетинг: учебник.- 5-е издание.-М.: КНОРУС, 2008.- 360.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. –М.: Спб, 2007.- 656.
4. Секерин В.Д. Основы маркетинга: учебное пособие.-М.: КНОРУС, 2009.- 240.

Ответ по вопросам комплексного экзамена в магистратуру оценивается по 100-балльной системе.

Баллы	Критерии выставления оценки
100-90	Отличное знание рассматриваемого вопроса.
80-70	Хорошее знание рассматриваемого вопроса, но с некоторыми неточностями.
60-50	В целом удовлетворительное знание рассматриваемого вопроса, но с заметными ошибками.
40-30	Самое общее представление о рассматриваемом вопросе, отвечающее лишь минимальным требованиям. Серьезные ошибки.
20-10	Незнание рассматриваемого вопроса. Грубейшие ошибки.

Итоговая оценка за вступительное испытание определяется на основании баллов, полученных за ответ по комплексному экзамену и результатов собеседования.