D075 – Маркетинг и реклама

Список рекомендуемой литературы:

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – 15-е изд. – СПб.: Питер, 2022. – 848 с.
2. Наумов В. Н. Стратегический маркетинг: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 356 с.
3. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2023. – 496 с.
4. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для вузов. – Москва: Юрайт, 2022. – 570 с.
5. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. – 8th ed. – Harlow: Pearson Education, 2022. – 608 p.
6. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. – Hoboken: Wiley, 2021. – 224 p.
7. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учеб. пособие / под ред. Л.С. Латышовой. – 5-е изд. – М. : Дашков и К°, 2023. – 150 с.
8. Современный маркетинг: учебник / Т. В. Симонян, С. Н. Цветкова, М. Г. Магомедов [и др.]; под ред. Т. В. Симонян, Ю. В. Сорокиной. – Москва: КноРус, 2024. – 318 с.
9. Armstrong G., Kotler P. Principles of Marketing. – 19th ed. – Harlow: Pearson, 2023. – 736 p.
10. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование: битва за умы. – Санкт-Петербург: Питер, 2021. – 336 с.

Примерные темы эссе:

1. Трансформация маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики
2. Искусственный интеллект и его влияние на развитие современной маркетинговой деятельности
3. Поведение цифрового потребителя: современные тенденции и исследовательские подходы
4. Роль маркетинговой аналитики в системе стратегического управления организацией
5. Развитие клиентоцентрированного маркетинга в условиях цифровой трансформации бизнеса

Примерные экзаменационные вопросы:

1 блок – теоретический

1. Раскройте особенности развития маркетинга в условиях платформенной экономики
2. Сравните традиционные и современные модели потребительского поведения
3. Проанализируйте влияние цифровых технологий на развитие брендинга

4. Оцените роль маркетинговой аналитики в системе стратегического управления
5. Раскройте сущность ценностно-ориентированного маркетинга
6. Проанализируйте современные подходы к управлению клиентским опытом
7. Сравните концепции традиционного и цифрового маркетинга
8. Оцените влияние глобализации на развитие международного маркетинга
9. Проанализируйте особенности формирования маркетинговых экосистем
10. Раскройте роль инноваций в развитии маркетинговой деятельности
11. Сравните подходы к формированию потребительской лояльности
12. Проанализируйте влияние больших данных на развитие маркетинга
13. Оцените значение персонализации маркетинга в цифровой среде
14. Раскройте современные подходы к сегментированию рынка
15. Проанализируйте развитие концепции маркетинга взаимоотношений
16. Оцените влияние цифровизации на изменение поведения потребителей
17. Сравните современные подходы к позиционированию бренда
18. Проанализируйте роль социальных сетей в маркетинговых коммуникациях
19. Раскройте особенности маркетинга инновационных продуктов
20. Оцените современные тенденции развития маркетинговой науки

2 блок – практический

1. Разработайте систему оценки эффективности маркетинговых коммуникаций организации
2. Предложите алгоритм анализа поведения потребителей в цифровой среде
3. Разработайте подход к исследованию удовлетворенности клиентов компании
4. Предложите инструменты оценки эффективности бренда
5. Разработайте комплекс маркетинговых мероприятий для повышения лояльности клиентов
6. Предложите подход к анализу конкурентной среды организации
7. Разработайте систему маркетинговых метрик для цифрового бизнеса
8. Предложите методику исследования клиентского опыта
9. Разработайте алгоритм маркетингового аудита организации
10. Предложите подход к исследованию поведения молодежной аудитории
11. Разработайте модель анализа эффективности цифровой рекламной кампании
12. Предложите систему оценки маркетинговых рисков компании
13. Разработайте подход к сегментированию рынка для инновационного продукта

14. Предложите алгоритм анализа эффективности программ лояльности
15. Разработайте методику исследования восприятия бренда потребителями
16. Предложите подход к использованию искусственного интеллекта в маркетинге
17. Разработайте систему мониторинга маркетинговой активности компании
18. Предложите инструментарий анализа цифрового следа потребителей
19. Разработайте комплексную систему оценки конкурентоспособности бренда
20. Предложите методику анализа эффективности омниканального продвижения

3 блок – системное понимание

1. Критически оцените современные направления развития цифрового маркетинга
2. Проанализируйте возможности применения междисциплинарных подходов в маркетинговых исследованиях
3. Сравните количественные и качественные методы маркетинговых исследований
4. Оцените перспективы применения искусственного интеллекта в маркетинговой аналитике
5. Проанализируйте методологические особенности исследования цифрового потребителя
6. Сравните современные исследовательские модели маркетингового поведения
7. Оцените возможности использования Big Data в маркетинговых исследованиях
8. Проанализируйте ограничения традиционных методов исследования в цифровой среде
9. Сравните возможности применения регрессионного анализа и PLS-SEM в маркетинге
10. Оцените научный потенциал технологий машинного обучения в маркетинговых исследованиях
11. Проанализируйте особенности построения концептуальных моделей маркетинговых исследований
12. Сравните современные подходы к изучению клиентского опыта
13. Критически оцените современные научные подходы к изучению потребительской ценности
14. Проанализируйте влияние цифровой экономики на развитие маркетинговой науки
15. Оцените перспективы использования смешанных методов исследований
16. Проанализируйте исследовательские возможности цифровой аналитики в маркетинге

17. Сравните современные подходы к исследованию потребительской вовлеченности
18. Оцените методологические проблемы измерения маркетинговой эффективности
19. Проанализируйте современные тенденции трансформации маркетинговых исследований
20. Критически оцените современные исследовательские подходы в маркетинге