

## ՄԱՐԲԵՔԻՆԳ դասընթացի հարցաւար

Բակալավրական կրթական ծրագրի առկա ուսուցում

Ժամաֆանակ՝ 5(2:1:0)Ք

«Տնտեսագիտություն» դասիչ՝ 031101.00.06,

մասնագիտության համար

Ամֆիոնիչ ստուգման հարցաւար\*

Հ/Հ	Թեմայի անվանումը
<b>Թեմա 1. Մարքեթինգի հասկացությունը և էությունը</b>	
1	Մարքեթինգի բնորոշումները և զարգացումը: Մարքեթինգի նպատակը, խնդիրները և գործառույթները
2	Մարքեթինգային համակարգի հիմնական հասկացությունները: Մարքեթինգի տեսակները
3	Մարքեթինգի սոցիալական էությունը (սոցիալ-էթիկական մարքեթինգ)
4	Մարքեթինգի սկզբունքները
5	Մրցակցությունը մարքեթինգում
<b>Թեմա 2. Մարքեթինգային կառավարման գործընթացը</b>	
1	Մարքեթինգային կառավարման հայեցակարգը
2	Մարքեթինգային կառավարման քառափուլ գործընթացը: Մարքեթինգային համալիր
3	Մարքեթինգային ծառայությունների կազմակերպումը
<b>Թեմա 3. Մարքեթինգային միջավայր</b>	
1	Մարքեթինգային միկրոմիջավայրի գործոնները
2	Մարքեթինգի մակրոմիջավայրի գործոնները
<b>Թեմա 4. Մարքեթինգային տեղեկատվական համակարգը և հետազոտությունը</b>	
1	Մարքեթինգային տեղեկատվական համակարգի բովանդակությունը
2	Մարքեթինգային հետազոտությունը և դրա փուլերը
3	SWOT-վերլուծություն (Ուժեղ, Վեղ, Իրադրություն)
4	Մարքեթինգային հետազոտությունը «Ջեներալ էլեկտրիկի մատրիցի» միջոցով
5	«Բոստոնի խորհրդատվական խմբի մատրիցը» (ԲԽԽ)

6	Բեռնաբեռնիչ
<b>Թեմա 5. Ապրանքային շուկաների հետազոտություն</b>	
1	Սպառողական շուկաներ, արտադրողների շուկաներ: Արտադրող վարձագիծ
2	Սպառողական վարձագիծ: Սպառողական վարձագծի վրա ազդող գործոնները: Որոշումների կայացումը սպառողական վարձագծում
3	Ապրանքային շուկայի հետազոտության մոդելը (ինչ, ինչպես, ինչպիսի խնդիրներ): Շուկայի կոնյուկտուրայի գնահատումը և տարադրության որոշումը
4	Շուկայական հնարավորությունների վերլուծություն
<b>Թեմա 6. Նպատակային մարքեթինգ</b>	
1	Շուկայի հատվածավորում (սեգմենտավորում)
2	Նպատակային (քիրախային) շուկայի ընտրություն
3	Ապրանքների դիրքավորում
4	Խորհրդեր: Կապույտ և կարմիր օվիկոնոսների ռազմավարություն
<b>Թեմա 7. Մարքեթինգային համալիր: Ապրանքներ</b>	
1	Ապրանքները և դրանց դասակարգումը
2	Ապրանքային (սպասարկման) նշաններ
3	Ապրանքների փաթեթավորում
4	Ապրանքների տեսականու (ասորտիմենտի), անվանացանկի և կառուցվածքի որոշումը
5	Նոր ապրանքի մշակում
6	Ապրանքի կենսապարբերաբջջանը
7	Ապրանքի ներկայացման փուլում կիրառվող ռազմավարությունները (ստրատեգիաները)
8	Անի փուլում կիրառվող ռազմավարությունները
9	Հասունացման փուլում կիրառվող ռազմավարությունները
10	Անկման փուլում կիրառվող ռազմավարությունները
<b>Թեմա 8. Մարքեթինգային համալիր: Գին</b>	
1	Գնային ֆազախաղանդությունը և գնագոյացման մեթոդաբանությունը
2	Անվանաբերության կետ

3	Գնագոյացման ռազմավարությունը
<b>Թեմա 9. Մարքեթինգային համալիր: Ապրանքի տարածման մեթոդները</b>	
1	Ապրանքաբաժի հիմնական ուղիները/կանալները
2	Ուղիղ մարքեթինգ (direct marketing)
3	Ինտերնետային մարքեթինգ (օնլայն մարքեթինգ)
4	Հորիզոնական և ուղղահայաց մարքեթինգ
5	Ապրանքաբաժի կազմակերպումը: Մեծածախ և մանրածախ առևտուր
6	Ապրանքների տեղափոխման լոգիստիկ համակարգերի կառավարումը
<b>Թեմա 10. Մարքեթինգային համալիր: Խթանում</b>	
1	Ապրանքների խթանման էությունը և ձևերը: Գովազդ
2	Գովազդային արժավներ
3	Իրացման խթանում
4	Մերչենդայզինգ
5	Քարոզչություն (հանրային կապեր՝ PR)
6	Անհատական վաճառք
<b>Թեմա 11. Բրենդային ֆալսիֆիկացիան</b>	
1	Բրենդի էությունը և բնութագրիչները
2	Բրենդինգ և բրենդային կերպար
3	Բրենդ մեկնաբանության հիմնական էությունը և ընդհանուր նկարագիրը
<b>Թեմա 12. Մարքեթինգային ռազմավարություն</b>	
1	Ռազմավարության էությունը
2	Մարքեթինգային ռազմավարության խնդիրները և տեսակները
3	Մրցակցային ռազմավարություններ

**Մանրություն.**

Ամփոփիչ էությունը թեստը պարունակում է 20 տեսական հարց՝ յուրաքանչյուրը 3-ական միավորներով (ընդամենը՝ 60 միավոր)

Միջանկյալ ստուգումների հարցաժամանակ\*\*

N	Գործնական աշխատանքների թեմաները
1-	ին միջանկյալ ստուգում
3	տեսական հարց 1- 6 թեմաներից
2-	րդ միջանկյալ ստուգում
3	տեսական հարց 7- 12 թեմաներից

**\*\*Մանրություն**

Գործնական (տնային) աշխատանքների (ներառյալ հաշվեգրաֆիկական աշխատանքները, ռեֆերատները) կատարում` 6 միավոր, - հանձնում` 14 միավոր:

Ընդամենը` 20 միավոր:

Գրականություն

1. Զաֆարյան Ա., Սահակյան Շ., Մարֆեթինգի հիմունքներ, Երևան, Տնտեսագետ, 2013
2. Ստեփանյան Ս, Կոստանյան Ա., Կարապետյան Ի., Մարֆեթինգ, Ուսումնական ձեռնարկ, Երևան, 2012
3. Արժակյան Ք., Մարֆեթինգ և կառավարում, Երևան, 2014
4. Սարգսյան Կ., Մարֆեթինգի կառավարում, Երևան, 2015
5. Գոդին Ս., Սա է մարֆեթինգը, Անտարես, Երևան, 2021
6. Մանն Ի., Մարֆեթինգ առանց բյուջեի, Երևան, 2021
7. Զան Կ.Վ, Մորբորն Ռ., Կապույտ օվկիանոսի ռազմավարությունը, Երևան, 2024
8. Զիրարդ Զ., Վաճառի՛ր ցանկացած բան ցանկացած մարդու, Երևան, 2021
9. Котлер Ф., Основы маркетинга. Второе европейское издание. Вильямс, 2003
10. Котлер Ф., Маркетинг от А до Я. Альпина Паблишер-2022
11. Чернопяттов А.М., Маркетинг: Учебник: Москва, 2015
12. Маркетинг: Учебник и практикум для академического бакалавриата / под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019
13. Белоусова С. Н., Белоусов А. Г., Маркетинг, 7-е издание, Феникс-2012
14. Kotler Ph., Keller K., Marketing Management (15th Global Edition). Pearson Education, 2019
15. Kotler Ph., Kartajava H., Setiawan I., Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, Wiley, 2017

16. Pulizzi J., Rose R., Killing Marketing: How Innovative Businesses Are Turning Marketing Cost Into Profit, McGraw-Hill Education, 2017
17. Aaker D., McLoughlin D., Strategic Market Management, Global Perspectives, 2nd edition, Wiley, 2020

Կազմեց՝

ՀԱ և տնտեսագիտություն ամբիոնի դասախոս՝

Ա.Մ.Հայրապետյան