



УТВЪРДИЛ:.....
Директор /Мария Георгиева/

ИЗПИТНА ПРОГРАМА
за провеждане на изпит за определяне на годишна оценка
по МАРКЕТИНГ
за XI клас, специалност: „Малък и среден бизнес”

I. Форма на обучение: самостоятелна форма на обучение

II. Начин на провеждане на изпита: Писмен изпит

III. ИЗПИТНИ ТЕМИ:

1. Същност, функции и значение на маркетинга.
2. Понятия и инструменти на маркетинга.
3. Производствена концепция.
4. Продуктова концепция.
5. Продуктова концепция.
6. Маркетингова концепция.
7. Социализирана маркетингова концепция.
8. Маркетингова информационна система.
9. Маркетинг микс
10. Видове маркетинг
11. Маркетинг в организацията
12. Фактори на вътрешната среда
13. Анализ на факторите.
14. Обществен контрол и регулиране на маркетинга.
15. Фирмена култура.
16. Етични правила.
17. Анализ на търсенето
18. Пазарно сегментиране.
20. Модели на пазарно сегментиране.
21. Покупка – етапи, типове покупки
22. Конкурентни структури.
23. Жизнен цикъл на продукта
24. Цени – стойност на предлагането.

IV. КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

- 1.Комплексност и пълнота на изложението
 - Дефинира понятията – 10 точки
 - Прави съдържателна характеристика на процеси, явления, категории и взаимоотношения. /
Ползва съответни нормативни документи и правилно тълкува закономерностите/.
– 10 точки
 - Анализира и изяснява факторите, взаимодействието между тях
и влиянието им .- 10 точки
- 2.Точност на изложението

Вярно дефинира конкретните процеси, явления и категории. Изложението е изцяло подчинено на зададената тема.

– 10 точки

3. Логичност и последователност

Изложението е логично структурирано, обосновано. Умее самостоятелно да интерпретира и анализира закономерностите и взаимоотношенията

- 20 точки

III. Оценяване според брой точки:

оценка	Брой точки
Слаб 2	До 29
Среден 3	От 30 до 34
Добър 4	От 35 до 44
Мн. Добър 5	От 45 до 54
Отличен 6	От 55 до 60

VI. Препоръчителна литература:

1. Маркетинг и реклама- Николай Щерев, издателство-Мартилен
2. Маркетинг- Ф. Колтър

Изготвил: Неда Недева- Баракова