



Европейски съюз



Европейски социален фонд

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„РАЗВИТИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ” 2007-2013

МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО, МЛАДЕЖТА И НАУКАТА
Схема BG051PO001-4.3.04 „Развитие на електронни форми на дистанционно обучение в системата на висшето образование”



МЕДИЦИНСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ПЛЕВЕН

ФАКУЛТЕТ „ОБЩЕСТВЕНО ЗДРАВЕ”

КОНСПЕКТ ЗА ИЗПИТА ПО МАРКЕТИНГ В ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО

**дистанционна форма на образователно-квалификационната степен
“Магистър”
специалност „Обществено здраве и здравен мениджмънт”**

1. Определение и основни понятия в маркетинга.
2. Видове маркетингови дейности - стратегически, тактически и административни дейности.
3. Управление на маркетинга. Анализ на пазара и купувачите.
4. Изследване на конкуренцията. Видове конкурентни стратегии.
5. Пазарно сегментиране и избор на целеви пазари. Нива и модели.
6. Нови продукти. Диференциране и позициониране. Продуктов жизнен цикъл.
7. Управление на продуктите и търговските марки.
8. Характеристика и управление на услугите.
9. Ценова стратегия.
10. Управление на търговията на едро и дребно.
11. Маркетингова комуникация.
12. Управление на търговските екипи.