

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
Управления и предпринимательства

Протокол № 11 от 20.04.2018 г.

Вопросы для экзамена по дисциплине «Маркетинг»

1. Определение маркетинга
2. Основные понятия маркетинга
3. Функции маркетинга
4. Место маркетинга в системе производство - обращение
5. Комплекс маркетинга
6. Принципы маркетинга
7. Концепции маркетинга
8. Типы маркетинга
9. Управление маркетингом
10. Измерение спроса
11. Маркетинговая среда
12. Контролируемые факторы среды
13. Неконтролируемые факторы среды
14. Маркетинговые исследования
15. План маркетингового исследования
16. Определение объекта маркетингового исследования и выборка
17. Система маркетинговой информации
18. Задачи маркетинговых исследований
19. Методы получения информации в маркетинговых исследованиях
20. Программа маркетингового исследования
21. Анкета и основные правила ее составления
22. Рынок и его характеристики
23. Оценка привлекательности рынка
24. Товар, его характеристики
25. Классификация товаров
26. Жизненный цикл товара
27. Сегментация рынка
28. Методы сегментации
29. Принципы сегментации
30. Эффективность сегментации
31. Позиционирование товара
32. Рыночные ниши
33. Товарная политика
34. Покупательское поведение.
35. Характеристика покупателей – частных лиц
36. Характеристика покупателей - предприятий

37. Мотивации потребителей – частных лиц
38. Мотивации потребителей - предприятий
39. Поведение покупателей новых товаров
40. Спрос и предложение
41. Упаковка товара и функции, выполняемые ею
42. Марочная политика
43. Товарный знак
44. Бренд-имидж
45. Франчайзинг
46. Стратегии маркетинга
47. Конкурентные стратегии
48. Массовый маркетинг
49. Дифференцированный маркетинг
50. Сбытовая политика в маркетинге
51. Эффективность товародвижения
52. Каналы распределения
53. Оптовая торговля
54. Стимулирование сбыта
55. Розничная торговля
56. Стратегия деятельности розничных магазинов
57. Маркетинговые коммуникации
58. Реклама
59. Рекламные цели
60. Факторы рекламной политики
61. Каналы распространения рекламы
62. Рекламный стиль
63. Организация рекламных компаний
64. Ценовая политика
65. Ценообразование в маркетинге
66. Факторы ценообразования
67. Стратегии ценообразования
68. Схема формирования цены
69. Методы расчета цен
70. Модификация цен в зависимости от транспортного фактора
71. Реакция рынка на изменение цен
72. Цели ценообразования в маркетинге