

**Вопросы для экзамена по дисциплине «Маркетинг»
по направления подготовки 38.03.01 «Экономика» профиль направления
«Экономика труда»**

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. Маркетинговые исследования
12. План маркетингового исследования
13. Система маркетинговой информации
14. Задачи маркетинговых исследований
15. Маркетинговая среда
16. Контролируемые факторы среды
17. Неконтролируемые факторы среды
18. Программа маркетингового исследования
19. Методы получения информации в маркетинговых исследованиях
20. Анкета и основные правила ее составления
21. Определение объекта маркетингового исследования и выборка
22. Методы выборочного исследования
23. Ошибки выборочного исследования
24. Рынок и его характеристики
25. Оценка привлекательности рынка
26. Товар, его характеристики
27. Классификация товаров
28. Поведение покупателей новых товаров
29. Сегментация рынка
30. Позиционирование товара
31. Методы сегментации
32. Рыночные ниши
33. Принципы сегментации
34. Эффективность сегментации
35. Жизненный цикл товара
36. Товарная политика
37. Покупательское поведение.
38. Характеристика покупателей – частных лиц
39. Характеристика покупателей - предприятий
40. Мотивации потребителей – частных лиц

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