

**Вопросы к дифференцированному зачету по дисциплине «Маркетинг»  
по направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль направления «Управление  
малым бизнесом»**

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. Методы получения информации в маркетинговых исследованиях
17. Анкета и основные правила ее составления
18. Определение объекта маркетингового исследования и выборка
19. Методы выборочного исследования
20. Ошибки выборочного исследования
21. Рынок и его характеристики
22. Оценка привлекательности рынка
23. Товар, его виды и характеристики
24. Поведение покупателей новых товаров
25. Сегментация рынка
26. Позиционирование товара
27. Методы сегментации
28. Рыночные ниши
29. Принципы сегментации
30. Эффективность сегментации
31. Жизненный цикл товара
32. Основные направления товарной политики
33. Покупательское поведение.
34. Рынок покупателей. Рынок индивидуальных покупателей и организационный рынок.
35. Спрос и предложение
36. Упаковка товара и функции, выполняемые ею
37. Марочная политика
38. Товарный знак
39. Франчайзинг
40. Стратегии маркетинга
41. Конкурентные стратегии
42. Массовый маркетинг

43. Дифференцированный маркетинг
44. Сбытовая политика в маркетинге
45. Эффективность товародвижения, выбор каналов распределения продукции
46. Особенности оптовой и розничной торговли
47. Стимулирование сбыта
48. Стратегия деятельности розничных магазинов
49. Маркетинговые коммуникации
50. Рекламные цели
51. Факторы рекламной политики
52. Каналы распространения рекламы
53. Организация рекламных компаний
54. Ценовая политика
55. Ценообразование в маркетинге
56. Факторы ценообразования
57. Стратегии ценообразования