

**Вопросы к зачету по дисциплине «Маркетинг»
для заочного отделения (9 сем.)**

1. Понятие и социально-экономическая сущность маркетинга.
2. Особенности рынка товаров промышленного назначения.
3. Основные концепции управления маркетингом.
4. Особенности продвижения товаров на международных рынках.
5. Цели, задачи и основные принципы маркетинга.
6. Адаптация товаров на международных рынках.
7. Функции маркетинга
8. Сегментирование международного маркетинга.
9. Понятие и структура окружающей маркетинговой среды.
10. Особенности международного маркетинга.
11. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды.
12. Классификация и виды стратегий маркетинга.
13. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды
14. SWOT-анализ, его сущность и значение.
15. Организационные структуры управления службой маркетинга.
16. Формирование маркетинговой стратегии на фирме.
17. Основные направления исследований в маркетинге
18. Средства и методы публичных отношений в маркетинге.
19. Комплекс рыночных исследований
20. Приемы и методы стимулирования покупателей, посредников и продавцов.
21. Изучение спроса и предложения. Ценовая эластичность спроса и методы ее измерения.
22. Оценка эффективности рекламы: коммуникативная и коммерческая эффективность рекламы.
23. Состояние спроса и соответствующие им типы маркетинга.
24. Планирование и бюджет рекламы.
25. Изучение конкуренции.
26. Принципы рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламной деятельности.
27. Анализ конкурентоспособности товаров и фирм на рынке.
28. Общая характеристика рекламы, ее виды, функции, средства и носители.
29. Понятие сегментирования рынка и сегмента рынка. Процесс сегментирования.
30. Мерчандайзинг, его назначение, приемы и способы.