***Вопросы к зачету по дисциплине Маркетинг (2 курс направление «Менеджмент)***

1. Концепции маркетинга
2. Основные функции маркетинга
3. Виды и формы маркетинга
4. Глобальный маркетинг. Стратегии выхода на рынок.
5. Оценка конъюнктуры рынка, анализ показателей
6. Потенциальная и реальная емкость рынка
7. Процедура маркетинговых исследований
8. Методы маркетингового анализа
9. Эвристические методы исследования
10. Формализованные методы исследования
11. Маркетинговая среда: макро и микро.
12. Критерии оценки при выборе поставщиков
13. Классификация посреднических организаций
14. Цели, объекты и результаты исследования потребителей
15. Типы конкурентной структуры
16. Цели, объекты и результаты исследования конкурентов
17. Анализ внутреннего потенциала предприятия
18. Модель изучения товарной структуры
19. Критерии (признаки) сегментации рынка (Котлер, Романов)
20. Стратегии охвата рынка при выборе целевого сегмента
21. Методы рыночной сегментации
22. Позиционирование товара
23. Фазы жизненного цикла товара
24. Параметры ассортимента продукции предприятия
25. Уровни качества
26. Составляющие товарной политики предприятия
27. Управление жизненным циклом товара
28. Конкурентоспособность и качество товара
29. Основные виды классификации товаров
30. Маркетинг услуг
31. Методы анализа ассортимента продукции
32. Способы присвоения марочных названий
33. Товарный знак, его маркетинговые функции
34. Многоуровневая интегральная модель товара
35. Сервис, функции
36. Основные подходы к понятию новый товар. Степень новизны товара
37. Структура и уровни каналов распределения. Параметры каналов сбыта.
38. Этапы выбора каналов сбыта
39. Виды сбыта и методы стимулирования
40. Виды ассортиментных предприятий розничной и оптовой торговли.
41. Франчайзинг.
42. Классификация цен (по отраслям, по возмещению транспортных расходов, по степени новизны товаров)

Профессор каф. ЭУС Н.А. Бондарева