СПИСОК

вопросов к экзамену по дисциплине «Маркетинг»

1. Принципы маркетинга.
2. Функции маркетинга
3. Сущность, цели и задачи маркетинга.
4. Основные концепции маркетинга.
5. Эволюция маркетинга.
6. Отличие маркетинга от сбытовой деятельности.
7. Содержание инструментов маркетинга.
8. Содержание маркетинговой среды.
9. Содержание маркетинговой информационной системы.
10. Маркетинговая информация и ее классификация.
11. Методы сбора первичной маркетинговой информации.
12. Сущность и значение маркетинговых исследований.
13. Этапы маркетинговых исследований.
14. Направления маркетинговых исследований.
15. Характеристики рынка в маркетинге.
16. Исследование конъюнктуры рынка
17. Значение и функции конкуренции в маркетинге.
18. Мотивы поведения потребителей
19. Факторы, влияющие на поведение потребителей
20. Процесс принятия решения о покупке.
21. Сущность сегментирования рынка.
22. Основные признаки сегментирования рынка.
23. Выбор целевого рынка.
24. Сущность и методы позиционирования предприятия, товара, услуги.
25. Содержание управления маркетингом.
26. Основные концепции управления маркетингом.
27. Планирование в маркетинге
28. Выбор маркетинговой стратегии на предприятии.
29. Система организации службы маркетинга на предприятии.
30. Понятие и специфика агромаркетинга
31. Система агропромышленного маркетинга.
32. Риск в маркетинге предприятий АПК
33. Маркетинг продовольственного рынка
34. Маркетинг в агропромышленном сервисе.
35. Сущность товарной политики.
36. Понятие товара в маркетинге.
37. Сущность жизненного цикла товара.
38. Маркетинговые стратегии на стадиях жизненного цикла товара.
39. Управление товарным ассортиментом.
40. Сущность и значение товарного знака.
41. Упаковка и маркировка товара
42. Сущность ценовой политики.
43. Этапы ценообразования.
44. Ценовые стратегии предприятия
45. Сущность политики распределения.
46. Каналы распределения.
47. Методы сбыта.
48. Сущность и значение оптовой торговли в маркетинге.
49. Сущность и значение розничной торговли в маркетинге
50. Торговые посредники и организация взаимодействия с ними
51. Сущность коммуникационной политики.
52. Сущность стимулирования сбыта.
53. Организация личной продажи.
54. Связи с общественностью как элемент коммуникационной политики.
55. Реклама как элемент коммуникационной политики.
56. Фирменный стиль предприятия как элемент маркетинга.