**Вопросы к зачету по дисциплине**

**«Маркетинг»**

**для направления 38.03.01**

**Экономика предприятий и организаций**

1. Возникновение маркетинга, его концепции и среда функционирования
2. Система маркетинговых исследований
3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций
4. Реализация продукции
5. Потребители и рынок
6. Товар в системе маркетинга
7. Цели, объекты и методы маркетинговых исследований
8. Исследование товарных рынков
9. Сегментация рынка
10. Организация маркетинговой деятельности предприятия
11. Основы маркетинга в агропромышленном комплексе
12. Паблик рилейшнс и товарная пропаганда
13. Исследование фирменной структуры рынка
14. Функции маркетинга
15. Международный маркетинг
16. Сущность, цели и функции маркетинга
17. Теория возникновение маркетинга.
18. Этапы маркетингового цикла.
19. Место маркетинга в рыночных взаимоотношениях.
20. Блок-схема функций маркетинга.
21. Окружающая среда маркетинга
22. Понятие окружающей среды маркетинга.
23. Микро- и макросреда маркетинга.
24. Сегментирование рынка
25. Сегментация рынка. Четыре признака сегментации.
26. Преимущества фирмы по сбыту/продаже своих товаров при отдельном сегменте рынка.
27. Разработки стратегии и плана маркетинга
28. Стратегия маркетинга. Понятие диверсификации.
29. Диверсификационный рост фирмы.
30. Маркетинговая стратегическая матрица.
31. Товарная политика маркетинга фирмы
32. Объект рыночной деятельности - товар.
33. Уровень качества и основные потребительские свойства товара.
34. Спрос потребность, представленная на рынке деньгами.
35. Товарный ассортимент
36. Понятие и классификация ассортимента. Управление ассортиментом. Факторы формирования ассортимента.
37. Жизненный цикл товара
38. Общее представление о жизненном цикле. Появление идеи и разработка товара.
39. Коммерциализация товара.
40. Товарная марка и упаковка
41. Брендинг. Упаковка товара.
42. Ценовая политика в условиях конкурентных рынков
43. Эластичность спроса относительно цены и отклонения от закона спроса. Равновесная цена и рынок чисто конкуренции.
44. Цена как инструмент конкурентной политики.
45. Особенности ценообразования в маркетинге
46. Функции цены в маркетинге.
47. Маркетинговые стратегии ценообразования.
48. Продвижение продукции
49. Понятие, задачи и формы продвижения.
50. Способы продвижения продукции.
51. Производство и трансляция рекламного продукта
52. Этапы процесса производства рекламы.
53. Деление рынка рекламных услуг по целевым группам и оценка эффективности рекламы.
54. Реклама как искусство
55. Источники рекламного образа. Работа с образом заказчика. Качество рекламного продукта.
56. Юридическое регулирование продвижения
57. Законодательство о рекламе. Государственный контроль и проблемы совершенствования законодательства в области рекламы.
58. Связи с общественностью. Формирование благоприятного образа (имиджа) фирмы
59. Товародвижение (продажи)
60. Каналы и стратегии товародвижения.
61. Товарные биржи.
62. Сетевой маркетинг.
63. Мерчандайзинг.