**Вопросы к государственному экзамену**

**для студентов специальности «Маркетинг» переподготовка**

**для студентов специальности «Маркетинг» первой ступени образования (заочная форма обучения)**

1. Сущность маркетинговых коммуникаций и их элементы.
2. Модель процесса коммуникации
3. Виды коммуникационных каналов
4. Этапы разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
5. Понятие рекламы. Функции рекламы.
6. Виды и средства рекламы.
7. Преимущества и недостатки рекламы
8. Жизненный цикл товара и выбор носителей рекламы
9. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет
10. Методы исчисления величины рекламного бюджета
11. Оценка эффективности рекламы
12. Методы оценки экономической эффективности рекламы
13. Методы оценки психологической эффективности рекламы
14. Понятие РR, задачи использования и средства РR.
15. Спонсорство как мероприятие РR
16. Корпоративная социальная ответственность бизнеса
17. Основные направления КСО-программ и инструменты их реализации
18. Понятие и особенности стимулирования сбыта. Цели стимулирования сбыта.
19. Методы стимулирования сбыта
20. Подготовка и проведение кампании по стимулированию сбыта
21. Рабочие элементы делового общения.
22. Переговоры в коммерческом маркетинге
23. Содержание и характеристика личных продаж.
24. Сетевой маркетинг как метод сбыта и коммуникаций
25. Ярмарки и выставки: понятие и виды.
26. Участие предприятия в выставках и ярмарках
27. Понятие бренда и брендинга
28. Система фирменного стиля в создании бренда
29. Понятие, цели и задачи мерчандайзинга.
30. Организация коммуникаций посредством мерчендайзинга