**Вопросы к зачету по курсу «Маркетинг»**

1. Сущность и происхождение концепции маркетинга
2. Основные понятия маркетинга
3. Сущность и этапы маркетингового исследования
4. Определение проблемы и формулирование целей маркетингового исследования
5. Типы целей маркетинговых исследований и методы сбора информации
6. Методы анализа маркетинговой информации
7. Сущность и признаки сегментации рынка
8. Методы сегментации рынка
9. Сущность и этапы позиционирования
10. Направления позиционирования
11. Факторы внутренней среды маркетинга
12. Факторы микросреды маркетинга
13. Факторы макросреды маркетинга
14. Маркетинговое понимание товара.
15. Классификация товаров.
16. Политика торговой марки.
17. Конкурентоспособность товара и ее оценка.
18. Жизненный цикл товара. Стадии ЖЦТ.
19. Ассортиментная политика. Разработка новых товаров.
20. Факторы ценообразования
21. Общая последовательность расчета цены
22. Методы ценообразования с ориентацией на издержки производства
23. Методы ценообразования, ориентированные на качество и потребительские свойства продукции
24. Методы ценообразования, ориентированные на спрос, уровень конкуренции.
25. Рыночные стратегии ценообразования
26. Сущность и виды каналов распределения
27. Основные функции оптовой торговли. Типы оптовых торговцев.
28. Виды розничной торговли
29. Сущность и роль франчайзинга
30. Сущность и элементы коммуникационной политики предприятия. Модель AIDA.
31. Оценка эффективности рекламы.
32. Стимулирование сбыта.
33. Личные продажи.
34. Связи с общественностью и пропаганда.
35. Структура плана маркетинга и его содержание.