

Утверждаю  
Проректор по учебной работе  
УО «ВГТУ»  
\_\_\_\_\_ Петюль И. А.  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

**ВОПРОСЫ**  
**к Государственному квалификационному экзамену**  
**по специальности 1- 26 02 03 «Маркетинг»**

1. Основное содержание маркетинга
2. Особенности и роль маркетинга для рынка РБ
3. Внутренняя и внешняя среда маркетинга
4. Общественное регулирование маркетинга. Взаимоотношения общества и маркетинга
5. Сегментирование рынка товаров потребительского назначения
6. Система маркетинговой информации
7. Некоммерческий маркетинг. Процесс обмена и формы деятельности в некоммерческом маркетинге
8. Маркетинг партнёрских отношений
9. Базовые стратегии роста предприятия.
10. Разработка концепции позиционирования.
11. Применение матричных методов в стратегическом анализе.
12. Разработка конкурентных стратегий.
13. Выбор внешних рынков.
14. Способы присутствия фирмы на зарубежном рынке.
15. Специфика разработки стратегии международного маркетинга.
16. Международная электронная коммерция.
17. Выбор типа и разработка плана маркетингового исследования.
18. Сбор и подготовка данных к анализу.
19. Выборочные методы в маркетинговых исследованиях.
20. Подготовительные этапы статистического анализа данных в маркетинговых исследованиях.
21. Опрос и наблюдение как количественные способы сбора маркетинговой информации.
22. Сущность и основное содержание промышленного маркетинга.
23. Промышленные рынки, их структура и особенности изучения.
24. Маркетинг промышленных закупок.
25. Сегментация и позиционирование на промышленном рынке.
26. Отраслевые особенности промышленного маркетинга.
27. Сущность и специфика услуг. Комплекс маркетинга для сферы услуг.
28. Сегментация и выбор целевых потребителей в сфере услуг. Этапы разработки стратегии позиционирования услуг.
29. Планирование и создание услуг. Идентификация и классификация дополнительных услуг.
30. Ценовая политика на рынке услуг.
31. Сущность, задачи и значение бизнес-плана.
32. Оценка и планирование повышения конкурентоспособности товара в бизнес-плане.
33. Анализ рынков сбыта в бизнес-плане и формирование стратегии развития организации.
34. Разработка стратегии маркетинга в бизнес-плане.
35. Оценка эффективности инвестиционного проекта.
36. Каналы распределения товаров, их функции, параметры и уровни. Выбор каналов распределения.
37. Организационные формы оптовой торговли в системе товародвижения.
38. Организационные формы розничной торговли в системе товародвижения.
39. Организация транспортировки товаров в системе товародвижения.

40. Организация торговли на ярмарках и выставках, биржах и аукционах.
41. Формы распределения товаров, их характеристика и обоснование выбора.
42. Сущность и формы прямого маркетинга в системе распределения товаров.
43. Содержание инновационной деятельности на предприятии.
44. Внешняя и внутренняя среда в маркетинге инноваций.
45. Инновации в маркетинге коммуникаций: мобильный маркетинг.
46. Маркетинговые индикаторы инновационного потенциала предприятия и их оценка.
47. Формирование маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия.
48. Маркетинг знаний и технологий
49. Проектирование нового продукта и выход с ним на рынок
50. Сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций: структура, взаимодействие маркетинговых коммуникаций и маркетинга-микса.
51. Коммуникационные характеристики рекламы.
52. Роль стимулирования в маркетинговых коммуникациях. Стимулирование потребителей, посредников и собственно торгового персонала.
53. Понятие и сфера применения связей с общественностью (паблик рилейшнз).
54. Маркетинговые коммуникации в Интернет
55. Мерчандайзинг в системе маркетинговых коммуникаций.
56. Место и роль товарной политики в маркетинге.
57. Формирование ассортиментной политики предприятия. Свойства и показатели, характеризующие ассортимент.
58. Жизненный цикл товара. Маркетинговая деятельность на этапах жизненного цикла товара.
59. Стратегия разработки новых товаров.
60. Упаковка товаров: характеристика, разработка.

Утверждено на заседании кафедры  
Протокол № 5 от «11» 12 2017 г  
Зав. кафедрой ЭТиМ \_\_\_\_\_

Утверждено на Совете факультета  
Протокол № 4 от «22» 12 2017 г.  
Председатель Совета \_\_\_\_\_