

**Курс "МАРКЕТИНГ"**  
для студентов всех форм обучения

1. Понятие и сущность маркетинга. Цели и функции маркетинга.
2. Конверсионный маркетинг на рынке отрицательного спроса на товар. Приведите примеры маркетинговых решений в данной ситуации.
3. Эволюция развития маркетинга. Основные концепции управления маркетингом.
4. Маркетинг социально-этический в деятельности фирм (предприятий). Приведите конкретные примеры.
5. Окружающая среда маркетинга. Структура окружающей маркетинговой среды фирмы: микро- и макро- среда.
6. Маркетинг международный в условиях глобальной интернационализации, информатизации и индивидуализации.
7. Анализ окружающей маркетинговой среды при помощи методов SWOT- и STER-анализа.
8. Маркетинг взаимоотношений (CRM) на современном этапе маркетинговой деятельности.
9. Организация маркетинга на фирме. Положение о службе маркетинга организации.
10. Маркетинг сетевой в индустрии прямых продаж: основные принципы и специфика на российском рынке.
11. Современные организационные структуры управления службой маркетинга (функциональные, сетевые, матричные и др.).
12. Маркетинг-менеджмент в практике управления российскими предприятиями.
13. Комплексное изучение рынка. Определение основных рыночных показателей: ёмкости рынка, доли рынка, относительной доли рынка, деловой активности рынка
14. Брендинг. Основные понятия. Отличия от CRM.
15. Изучение конкуренции. Маркетинговая классификация конкуренции: видовая, предметная, ценовая, неценовая, добросовестная, недобросовестная
16. Некоммерческий маркетинг: сущность, отличия от классического маркетинга.
17. Сегментирование рынка. Основные принципы сегментации рынка: географические, демографические, социально-экономические, поведенческие.
18. Маркетинг партизанский как проявление индивидуального маркетинга.
19. Выбор целевых сегментов. Стратегии охвата рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг.
20. PEST и SWOT анализ в изучении конкурентной среды предприятия.

21. Позиционирование товаров на рынке. Критерии позиционирования: цена-качество, имидж товара и др.
22. Маркетинговые матрицы (БКГ, Ансоффа, Портера) и их использование в маркетинговой практике.
23. Система маркетинговой информации, ее содержание и основные элементы.
24. Маркетинг конкурентный в условиях конкурентной среды и поддержания конкурентоспособности предприятия, товара.
25. Маркетинговые исследования. Методы маркетинговых исследований
26. Маркетинговое мышление : раскройте сущность данного определения и обоснуйте его необходимость в современной теории и практике маркетинга.
27. Бенчмаркинг, как эффективное направление маркетинговых исследований.
28. Организационная структура службы маркетинга: чем определяется её специфика и предназначение?
29. Поведение потребителей, принципы и методы его изучения. Основные характеристики покупателей.
30. Маркетинг вирусный и его роль в условиях глобальной информатизации.
31. Моделирование покупательского поведения. "Черный ящик потребителя" в принятии решения о покупке.
32. Предвидеть поведение потребителя: к чему обязывает производителя этот принцип маркетинга? Приведите примеры из практики.
33. Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Услуги - особый вид товара.
34. Интегрированный и целевой маркетинг: дайте определение, укажите специфику в практике маркетинговых служб.
35. Понятие нового товара в маркетинге. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). Построение и использование матрицы БКГ.
36. Теория покупательского поведения, предложенная Т.Вебленом.
37. Марочная политика организации. Основные этапы формирования бренда.
38. Мерчандайзинг и лизинг в практике маркетинговой деятельности.
39. Сущность цены, понятие цены в маркетинге. Основные классификации и виды цен.
40. Маркетинг микс потребителя "4С".
41. Ценовая политика фирмы: основные направления и виды ценовых стратегий.
42. Прямой маркетинг и ритейл в практике маркетинговой деятельности.
43. Понятия товародвижения и сбыта. Каналы распределения: их функции и структура.
44. Функциональный подход в управлении маркетингом. Дайте определение и укажите специфику в условиях современного рынка.
45. Логистика в маркетинге. Цель, задачи и функции логистики.
46. Маркетинговые решения и их интегрирующая роль в производственной, финансовой, ресурсной и сбытовой политике предприятия.

47. Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, публич рилейшнз, личные продажи.
48. Маркетинг в практическом смысле и ваше представление о нем.
49. Мерчандайзинг, как форма маркетинговой работы в условиях товарного насыщения.
50. Противодействующий маркетинг на рынке иррационального спроса на товар. Приведите примеры маркетинговых решений в данной ситуации.
51. Сущность стратегического маркетинга. Стратегическое маркетинговое планирование: определение миссии, стратегические цели.
52. Демаркетинг на рынке существенного превышения спроса над предложением. Приведите примеры маркетинговых решений в данной ситуации.
53. Построение и использование стратегических матриц. Матрица В.Ансоффа, модель М.Портера, матрица МакКинзи.
54. Ремаркетинг на рынке снижения рыночного спроса на товар. Приведите примеры маркетинговых решений в данной ситуации.
55. Средства и методы публич рилейшнз в маркетинге.
56. Синхромаркетинг на рынке нерегулярного спроса на товар. Приведите примеры маркетинговых решений в данной ситуации.
57. Бизнес-план фирмы. Место и значение плана маркетинга в структуре бизнес-плана.
58. Маркетинг микс "4P" в практике освоения рынка.
59. Особенности международного маркетинга. Формы организации международной деятельности.
60. Маркетинг микс "7P" в практике освоения рынка.