

Вопросы по курсу «Основы маркетинга» для подготовки к экзамену для студентов всех форм обучения

1. Теории и эволюция маркетинга
2. Принципы маркетинга
3. Связь маркетинга и предприятия
4. Организационные формы службы маркетинга
5. Окружающая среда маркетинга
6. Механизм принятия потребителем решения о покупке
7. Матрица потребностей
8. Формы стимулирования сбыта
9. Порядок принятия потребителем решения о покупке
10. Законы, правила и логика личной продажи
11. Ожидания потребителей от производителя
12. Услуги как товар.
13. Маркетинговое понимание товара
14. Классификация товаров
15. Концепция жизненного цикла товара
16. «Новый товар» в маркетинге.
17. Требования потребителя к товару
18. Рыночная атрибутика товара
19. Иерархия потребностей Маслоу.
20. Маркетинговое понимание рынка.
21. Классификация рынков
22. Сегментация рынка
23. Порядок создания образа предприятия
24. Классификация цен
25. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
26. Процесс ценообразования
27. Основные понятия сбыта. Выбор оптимального канала сбыта

28. Понятие, виды и методы маркетинговых исследований. Кабинетные и полевые исследования.
29. Внешние факторы процесса ценообразования
30. Методы сбыта товаров
31. Методы сбора первичных и вторичных данных
32. Реклама. Достоинства и недостатки.
33. Формы стимулирования сбыта
34. Разработка стратегии ценообразования
35. Ценовая тактика
36. Товарная стратегия