**Вопросы для зачета**

**по дисциплине «Маркетинг»**

**специальности 38.05.01 Экономическая безопасность**

* + 1. Понятие маркетинга и его роль в рыночной экономике.
		2. Цели, задачи и принципы маркетинга.
		3. Функции и виды маркетинга.
		4. Концепции развития маркетинга.
		5. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс) и его элементы.
		6. Определение маркетинговой среды и её характеристики
		7. Слагаемые маркетинговой среды
		8. Основные факторы макросреды и их характеристика
		9. Основные факторы микросреды и их характеристика
		10. Классификация маркетинговой информации
		11. Источники сбора вторичной информации
		12. Опрос, его форма и методика проведения.
		13. Первичные и вторичные данные, их преимущества и недостатки.
		14. Содержание и процесс маркетинговых исследований.
		15. Цели маркетингового исследования.
		16. Методы маркетинговых исследований
		17. Сегментация рынка: понятие и необходимость.
		18. Уровни и этапы сегментирования рынка
		19. Основные принципы сегментации потребительского рынка
		20. Маркетинговые стратегии охвата рынка
		21. Понятие позиционирования
		22. Стратегии позиционирования
		23. Модель покупательского поведения
		24. Факторы, влияющие на поведение покупателя.
		25. Этапы процесса принятия решений о покупке.
		26. Общая характеристика и классификация товаров.
		27. Жизненный цикл товара, характеристика его этапов.
		28. Маркетинг-микс на каждом этапе ЖЦТ
		29. Товарные знаки: понятие и функции.
		30. Типы обозначения товарных знаков и практика присвоения марочных названий.
		31. Упаковка товара, её функции и виды.
		32. Сущность товарной политики.
		33. Управление проектами при реализации товарной стратегии предприятия.
		34. Жизненный цикл проекта по выпуску нового вида продукции (услуг) на предприятии.
		35. Понятие и цели ценообразования
		36. Факторы, влияющие на уровень цен
		37. Ценовые стратегии для новых товаров
		38. Ценовые стратегии в рамках товарной номенклатуры
		39. Стратегии корректировки цен
		40. Каналы распределения: понятие и функции
		41. Структуры каналов распределения, их характеристики
		42. Розничная торговля: понятие, типы предприятий розничной торговли
		43. Основные функции снабжения
		44. Коммуникационные стратегии в канале сбыта
		45. Сущность коммуникаций в маркетинге
		46. Элементы системы коммуникаций
		47. Этапы разработки эффективных коммуникаций
		48. Сущность и виды рекламы.
		49. Личные продажи.
		50. Стимулирование сбыта.
		51. PR: сущность и роль в коммуникативной политике
		52. Характеристики услуг
		53. Маркетинговые стратегии для организации сферы услуг
		54. Понятие и особенности некоммерческого маркетинга
		55. Сущность и особенности международного маркетинга
		56. Способы выхода компаний на внешний рынок