**Вопросы к зачету по дисциплине**

**«Маркетинг»**

**для направления 23.05.01**

**Наземные транспортно-технологические средства**

1. Виды маркетинга.

2. Виды оптовых торговцев.

3. Виды организационных структур службы маркетинга.

4. Виды рекламы.

5. Виды розничных торговцев.

6. Выставки и ярмарки.

7. Емкость рынка.

8. Жизненный цикл товара.

9. История возникновения и этапы развития маркетинга.

10. История паблик рилейшнз.

11. Интернет-маркетинг.

12. Канал распределения товара и его виды.

13. Классификация товаров.

14. Классификация цен. Функции цены.

15. Ключевые категории маркетинга - нужда, потребность, спрос.

16. Конкурентная среда.

17. Личная продажа.

18. Методы паблик рилейшнз.

19. Методы получения маркетинговой информации.

20. Методы рыночной сегментации.

21. Микро- и макросреда в маркетинге.

22. Модель покупательского поведения.

23. Основные задачи и функции подразделений службы маркетинга.

24. Основные принципы и задачи организации сервиса.

25.Основные функции маркетинга.

26. Основные характеристики рынка.

27. Оценка эффективности рекламы.

28. Планирование в системе управления маркетингом.

29. Понятие «маркетинговая информация».

30. Права потребителей и их защита в РФ.

31. Правила и процедуры маркетинговых исследований.

32. Престижная реклама.

33. Принципы маркетинга.

34. Пропаганда.

35. Реклама.

36. Розничная торговля.

37. Стратегии в маркетинге.

38. Электронная коммерция.

39. Сегментация рынка.

40. Система продвижения товара и ее структура.

41. Содержание и цели маркетинговой деятельности.

42. Содержание понятия «международный маркетинг».

43. Состав и структура розничного товарооборота.

44. Социально-экономическая сущность оптовой торговли.

45. Социально-экономическая сущность маркетинга.

46. Стимулирование сбыта и его виды.

47. Стратегический маркетинг.

48. Сущность и основные направления исследований в маркетинге.

49. Сущность современных концепций маркетинга.

50. Типы товарных знаков.

51. Товар в системе маркетинга.

52. Товарная политика.

53. Товарный ассортимент.

54. Товарный знак и его сущность.

55. Упаковка и маркировка товара.

56. Фирменный стиль.

57. Формы распределения товаров.

58. Ценообразование в маркетинге.

59. Маркетинг территорий.

60. Маркетинг интеллектуального капитала.