

**Вопросы к экзамену
по дисциплине «Основы маркетинга» (часть 1)**

- 1 Основные термины и понятия маркетинга
- 2 Определения маркетинга. Цели и задачи маркетинга
- 3 Комплекс маркетинга
- 4 Развитие взглядов на сущность маркетинга
- 5 Виды маркетинга
- 6 Сущность электронного маркетинга
- 7 Принципы и функции маркетинга
- 8 Концепции управления маркетингом. Роль маркетинга в функционировании предприятия
- 9 Процесс реализации маркетинга
- 10 Маркетинг и общество
- 11 Сущность и виды маркетинговых исследований
- 12 Опрос как метод маркетингового исследования
- 13 Бенчмаркинг
- 14 Использование интернета для проведения исследований
- 15 Маркетинговая среда предприятия
- 16 Факторы микросреды маркетинга
- 17 Факторы макросреды маркетинга
- 18 Маркетинг и глобализация
- 19 Маркетинг в электронном обществе
- 20 Виды потребителей и виды потребностей
- 21 Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение
- 22 Теории мотивации конечного потребителя
- 23 Процесс принятия решения о покупке конечными потребителями
- 24 Процесс принятия решения о покупке организациями-потребителями
- 25 Особенности процесса совершения покупок в интернете
- 26 Понятие и функции рынка. Конъюнктура рынка
- 27 Маркетинговая классификация рынков
- 28 Управление рыночным спросом
- 29 Емкость и доля рынка
- 30 Электронный рынок
- 31 Сущность сегментации рынка
- 32 Сегментирование рынка по группам потребителей
- 33 Сегментирование рынка по группам продуктов и по предприятиям (конкурентам)
- 34 Этапы и методы сегментирования рынка
- 35 Понятие целевого рынка. Типы целевых рынков
- 36 Оценка привлекательности целевого сегмента
- 37 Дифференциация и позиционирование товара
- 38 Этапы позиционирования