**Вопросы по маркетингу (заочное отделение)**

1. Определение маркетинга, цели маркетинга
2. Виды конкурентных преимуществ продукта
3. Способы создания ценового преимущества
4. Дифференциация продукта, ее особенности
5. Виды конкуренции на рынке
6. Сегментация рынка
7. Понятие цены, ценности и ценообразования
8. Основные методы ценообразования
9. Факторы, учитываемые при формировании окончательной цены на продукт
10. Этапы формирования цены на продукт
11. Виды затрат при расчёте себестоимости продукта
12. Цена безразличия
13. Государственное регулирование цен на продукт
14. Исследование потребителей
15. Товарная политика предприятия
16. Рынок индивидуальных потребителей
17. Организационный рынок и его особенности
18. Ассортиментная политика предприятия
19. Маркетинговые стратегии
20. Стратегия дифференциации продукта
21. Стратегия внедрение новшеств
22. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка
23. Стратегии концентрированного роста
24. Жизненный цикл товара
25. Связь товарной политики предприятия с этапами жизненного цикла
26. Методы продвижения товара на рынке
27. Особенности организации рекламы
28. PR и его применение в процессе стимулирования сбыта
29. Пропаганда товара на рынке, ее особенности
30. Методы стимулирования спроса и их эффективность