**Вопросы по маркетингу (2 часть)**

1. Назовите типы организационных структур, которые используются для построения служб маркетинга. Какие организационные подразделения могут создаваться в службе маркетинга?
2. Назовите принципы построения организационных структур.
3. Что такое контроль маркетинговой деятельности предприятия, с какой целью он производится?
4. Перечислите объекты маркетингового контроля. Какие виды контроля маркетинга вы знаете?
5. Что представляет из себя аудит маркетинга?
6. Что такое товар и какова роль товара в маркетинговой политике? Охарактеризуйте 3 уровня товара.
7. Дайте характеристику основных стадий ЖЦТ.
8. Какие показатели необходимо учитывать, чтобы оценить конкурентоспособность товара?
9. В чем смысл выделения марочной продукции?
10. Перечислите элементы фирменного стиля.
11. Какие требования предъявляются к упаковке?
12. Что представляет собой сервисное обслуживание товара?
13. Что такое товарный ассортимент и товарная номенклатура и чем они характеризуются?
14. Что такое цена и какова ее роль в маркетинге? Какое положение может занимать цена относительно задач по получению прибыли?
15. В каких случаях при формировании цены предприятие может ориентироваться на собственные затраты, уровень рыночного спроса и состояние конкурентных цен?
16. На чем основано количественное измерение чувствительности к цене?
17. Что означает дифференцированное ценообразование?
18. Какие методы использует конкурентное ценообразование?
19. Что такое «цена выше номинала», «неокругленные цены»?
20. Каковы достоинства и недостатки стимулирующего ценообразования?
21. Что такое каналы распределения, какова их роль? Прокомментируйте критерии, по которым формируются каналы распределения.
22. Дайте характеристику основным торговым посредникам.
23. В каких направлениях развиваются методы и средства прямого маркетинга?
24. Какие различают организационные формы каналов распределения?
25. Как классифицируется распределение по уровню охвата рынка?
26. Что такое продвижение, какова его роль в комплексе маркетинга? Опишите коммуникативную модель.
27. Охарактеризуйте виды рекламных средств.
28. Какие основные каналы входят в систему рекламной коммуникации?
29. Расскажите об особенностях персональных продаж.
30. Перечислите маркетинговые решения по стимулированию.
31. Какие приемы используются при проведении работ по организации связей с общественностью?