

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ «Маркетинг в цепях поставок»

1. Сущность маркетинга, история формирования концепции маркетинга. Цели маркетинга.
2. Социальные основы маркетинга. Нужда и потребность как базовые категории маркетинга.
3. Принципы маркетинга. Проблемы взаимодействия маркетинга и логистики.
4. Рынок: сущность, качественные и количественные характеристики. Исследование и анализ рыночной ситуации. Матрица И. Ансоффа.
5. Понятие маркетинговой среды, ее деление на факторы внешние и внутренние. SWOT-анализ, PEST-анализ.
6. Маркетинговые исследования в сфере логистики. Опрос: формы проведения, значение.
7. Сущность процесса исследования рынка. Емкость рынка. Доля рынка.
8. Факторы, влияющие на покупательское поведение. Сегментация рынка.
9. Целевой рынок фирмы в маркетинге. Способы охвата целевого рынка.
10. Позиционирование товара на рынке. Элементы комплекса маркетинга.
11. Экономико-статистический анализ информации. Базовые методы анализа. Факторный анализ. Отчет о маркетинговом исследовании.
12. Функции, принципы маркетинга в деятельности предприятия. Аналитические приемы работы с информацией.
13. Этапы управления маркетинговой деятельностью. Анализ собственных возможностей предприятия.
14. Факторы, определяющие выбор целевого рынка предприятия. Критерии привлекательности отрасли как сферы сбыта. Матрица Мак-Кинси.
15. Рынок предприятий. Виды рынков предприятий. Факторы, влияющие на поведение организованных потребителей.
16. Концепция партнерского маркетинга. Логистика как инструмент обеспечения конкурентоспособности товаров.
17. Разработка плана маркетинга. Маркетинговый контроль.
18. Сущность и значение стратегического планирования в маркетинге. Составление бизнес-портфеля.
19. Бенчмаркетинг как источник конкурентного преимущества фирмы.
20. Элементы плана маркетинга. Определение миссии фирмы.
21. Типы организационных служб маркетинга. Программа организационного обеспечения маркетинга на предприятии.
22. Методы и приемы контроля маркетинговой эффективности предприятия. Цепи поставок, ориентированные на спрос.
23. Задачи и составляющие товарной политики. Стратегия разработки товара-новинки.
24. Условия конкурентоспособности товара фирмы. Товарные стратегии вариации, инновации, элиминации.
25. ABC-анализ. Сущность анализа с использованием матрицы БКГ.
26. Ценовая политика как элемент комплекса маркетинга. Цели ценообразования. Ценовые стратегии «снятие сливок», «прочного внедрения на рынок».
27. Психологические аспекты управления ценами. Программы дисконтирования.
28. Методы сбыта. Роль посредников в сбытовой сети. Достоинства «прямого» и сетевого маркетинга.
29. Сущность товародвижения, основные виды работ. Обеспечение уровня обслуживания клиентов в логистике.
30. Реклама: сущность, виды, средства распространения. Метод «фокус-объекта» в брендинге.
31. Пропаганда как элемент маркетингового продвижения товара. Виды PR (связей с общественностью).

32. Личная продажа как составляющая комплекса маркетинга. Мероприятия стимулирования сбыта.
33. Коммуникационная политика. Методы стимулирования потребителей и посредников.
34. Маркетинговая логистика. Управление процессами, обеспечивающими достижение уровня «идеального заказа».
35. Цели использования маркетинга и логистики. Логистика как механизм достижения конкурентных преимуществ.
36. Электронная коммерция. Экспертный анализ. Контент-анализ.
37. Развитие маркетинга и логистики в Республике Беларусь.
38. Базы данных клиентов как элемент маркетинговой информационной системы и основа формирования логистических информационных систем.
39. Особенности поведения покупателя на рынке товаров производственного назначения, рынке промежуточных продавцов и государственных учреждений.
40. План маркетинга как составляющая стратегического плана предприятия.

Обязательно использовать учебно-методические разработки:

Методические указания по дисциплине "Логистика". Раздел 1: "Маркетинговая концепция как теоретическая основа логистического управления" для студентов экономических специальностей очного и заочного обучения / Министерство образования Республики Беларусь, Брестский государственный технический университет, Кафедра экономической теории и логистики ; сост. В. В. Небелюк. - Брест : БрГТУ, 2015. - 39 с.