

Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Маркетинг»

1. Специфика прогнозирования конъюнктуры рынка воздушных перевозок.
2. Ситуационный анализ. PEST-анализ.
3. Предприятие как бизнес-система.
4. Маркетинговый синтез с учетом степени нестабильности внешней среды.
5. Рынок как экономическая категория, достоинства и недостатки рыночных отношений.
6. Информационное обеспечение маркетинга.
7. Основные функции рыночного механизма.
8. Основные компоненты динамики предприятия, учитываемые при маркетинговых исследованиях.
9. Рынок транспортных услуг как особая категория товарного рынка.
10. Стратегический и операционный маркетинг.
11. Информационно-статистическое обеспечение рыночных исследований.
12. Прогнозирование рыночной конъюнктуры.
13. Сущность конкуренции, виды конкурентного поведения.
14. Ценовая политика предприятия и ее виды.
15. Ценовая и неценовая конкуренция.
16. Ценовая эластичность спроса.
17. Методы недобросовестной конкуренции.
18. Основные ценообразующие факторы.
19. Конкурентоспособность товара и услуг.
20. Жизненный цикл товара, основные характеристики его этапов.
21. Основные принципы анализа конъюнктуры.
22. Товарная политика, товарный ассортимент.
23. Концепция управления качеством авиатранспортных услуг.
24. Товарная стратегия.
25. Сущность и содержание маркетинга.
26. «Бостонская матрица».
27. Основные этапы развития теории маркетинга.
28. «Матрица Мак Кинси».
29. Основные принципы и функции маркетинга.
30. Индикаторы привлекательности рынка.
31. Комплекс маркетинга, «marketing-mix».
32. Бенчмаркетинг.
33. Концептуальная модель маркетингового управления.
34. Контроль маркетинговой деятельности.
35. Методы маркетинга.
36. Спрос и стимулирование сбыта.
37. Этапы маркетинговой деятельности.
38. Агентская сеть авиакомпаний, виды агентов.
39. Взаимосвязь стратегического управления и маркетинга.
40. Мотивация агентов в каналах сбыта.
41. Стратегический потенциал предприятия, методы его адаптации к рыночным условиям.
42. Маркетинговая среда, ее анализ.
43. Конкурентоспособность предприятия как бизнес-системы. Индикаторы конкурентоспособности.
44. Структуризация рынка авиатранспортных услуг.
45. Стратегия и планирование маркетинга.
46. Понятие «конъюнктура рынка».
47. Сегментация и выбор целевого рынка.
48. Классификация конъюнктурообразующих факторов.
49. SWOT-анализ предприятия.
50. Показатели рынка воздушных перевозок.