

**Примерные оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)  
«Маркетинг в управлении персоналом»**

При проведении промежуточной аттестации обучающемуся предлагается дать ответы на 4 вопроса, приведенных в билете, из нижеприведенного списка.

**Примерный перечень вопросов**

1. Определение маркетинга и его роли в современном обществе.
2. Подходы к управлению маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга.
3. Цели системы маркетинга.
4. Этапы процесса управления маркетингом.
5. Выявление новых рынков с помощью сетки развития товара и рынка
6. Позиционирование товара на рынке
7. Разработка комплекса маркетинга: определение и основные составляющие.
8. Система маркетинговой информации.
9. Этапы проведения маркетингового исследования.
10. Выбор целей маркетингового исследования.
11. Способы сбора первичных данных.
12. Маркетинговая среда: основные факторы микросреды функционирования фирмы.
13. Четыре основных типа конкурентов.
14. Разновидности контактных аудиторий фирмы.
15. Основные факторы макросреды функционирования фирм: демографические и экономические.
16. Основные факторы макросреды функционирования фирм: культурные, природные и научно-технические.
17. Бизнес в интернете: B2C, B2B, C2C, C2B,
18. Модель поведения потребителя: культурные, социальные, личностные и психологические факторы.
19. Процесс покупки: стадии принятия решения о покупке.

20. Основные принципы сегментирования потребительских и деловых рынков.
21. Выбор целевых сегментов рынка: 5 моделей структуры целевого рынка
22. Этапы коммуникативного процесса.
23. Разработка и управление рекламной кампанией
24. Стимулирование сбыта
25. Связи с общественностью (PR)
26. Прямой маркетинг.
27. Деловой и потребительский рынки.
28. Факторы, влияющие на бизнес-покупателей.
29. Стадии процесса производственных закупок