

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой менеджмента  
и социально-философских дисциплин

 С.Н. Анкуда

03 . 01 . 2022

### ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Маркетинг как наука.
2. Ключевые понятия маркетинга.
3. Маркетинг как сфера человеческой деятельности.
4. Информационная база маркетинга.
5. Цели использования маркетинга.
6. Виды рынков.
7. Концепции маркетинга.
8. Роль маркетинга в экономическом развитии страны.
9. Значение и развитие рынка образовательных услуг.
10. Особенности рынка образовательных услуг.
11. Характеристика образовательных услуг.
12. Классификация образовательных услуг.
13. Потребители образовательных услуг.
14. Сущность маркетингового исследования.
15. Процесс маркетингового исследования.
16. Классификация методов исследования.
17. Основные направления маркетинговых исследований в области образования.
18. Исследование рынка, потребителей, конкурентов, цены, каналов продвижения услуг.
19. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях.
20. Методы прогнозирования.
21. Понятие среды образования.
22. Внешняя маркетинговая среда (макросреда): политико-правовая, экономическая.
23. Демографическая, национальная, социально-культурная среда.
24. Составляющие культуры.
25. Анализ внешней внутренней среды образования, ее SWOT анализ.
26. Среда окружения (мезосреда), ее диагностический анализ.
27. Внешняя маркетинговая среда учреждения образования.
28. Методы количественного анализа рынка образования.
29. Понятие маркетинговых коммуникаций.
30. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
31. Реклама.
32. Особенности рекламы образовательных услуг.
33. Виды образовательной рекламы.
34. Этапы жизненного цикла образовательной услуги.
35. Методы составления рекламного бюджета в учреждении образования.

36. Размещение рекламы во времени.
37. Показатели жизненного цикла образовательных услуг.
38. Стимулирование продаж образовательных услуг.
39. Стратегии продвижения образовательных услуг.
40. Связи с общественностью. Механизм формирования общественного мнения.
41. Основные виды деятельности по формированию общественного мнения.
42. Прямой маркетинг.
43. Разработка фирменного стиля.
44. Ярмарочная и выставочная деятельность.
45. Поиск и анализ информации об образовательных услугах.
46. Первоначальная оценка вариантов получения образования, выбор наилучшего варианта.
47. Сегментация образовательных услуг.
48. Сегментация рынка по группам потребителей образовательных услуг по конкурентам.
49. Карта рынка образовательных услуг.
50. Оценка перспектив работы по выбранной специальности.
51. Элементы системы управления маркетингом.
52. Специфика управления маркетинговой деятельностью.
53. Анализ рынка образовательных услуг.
54. Матрица возможностей по рынкам и услугам образования.
55. Условия позиционирования образовательных услуг.
56. Разработка плана маркетинга учреждения образования.
57. этапы определения хозрасчетных подразделений.
58. Карта видов деятельности учреждения образования.
59. Организационная структура управления по видам образования.
60. Виды маркетингового контроля.

Рассмотрено на заседании кафедры (протокол №1 от 03.01.2022).