9. Барьеры на пути удовлетворения потребности: внешние, внутренние. Понятие интенсивности потребности. Понятие эластичности потребности.   
44. Формирование отчета о маркетинговом исследовании. Структура и логика документа.   
45. Маркетинговый анализ: понятие, логика, место в маркетинговой деятельности компании.  
46. Анализ структуры рынка и бизнеса с помощью модели "Сектор рынка / сегмент рынка": понятие, задачи, алгоритм реализации.  
47. Сегментный анализ рынка. Понятие и модели сегментирования, задачи сегментного анализа  
68.Распределительная политика предприятия и стратегии распределения. Методы планирования распределения. Расчет показателей распределения.  
69. Планирование сбыта: показатели сбыта, их определение и прогнозирование.  
70. Система планов предприятия. Место маркетингового плана в системе планов предприятия. Уровни маркетингового планирования: стратегическое и оперативное планирование.   
71. Структура и содержание маркетингового плана. Бюджет маркетинга предприятия. Организация разработки плана. Контроль исполнения маркетингового плана.   
92. Позиционирование. Понятие, виды атрибутов и ошибок позиционирования, репозиционирование.  
93. Понятие кампании маркетинговых коммуникаций, отличие кампании от коммуникационной политики. Виды кампаний. Интегрированные маркетинговые коммуникации.  
94. Стратегические решения при планировании кампании маркетинговых коммуникаций. Целевая аудитория. Понятие. Виды.  
95. Стратегия рекламного обращения. Понятие. Основные решения. Основные информационно-рекламные модели - AIDA, поведенческие модели, модели, основанные на мотивах.  
136. Альтернативный алгоритм выбора национальных рынков с использованием «фильтров».  
137. Стратегии по срокам и последовательности выхода на зарубежные рынки, по определенности ориентации на национальные и товарные рынки.  
138. Экспорт – сущность, виды, достоинства и недостатки. Экспортное кооперирование.  
139. Организация сборочного производства за рубежом. Организация зарубежного производства по контракту.  
140. Международная продажа лицензий – достоинства и недостатки. Тенденции мирового рынка лицензий. Управленческий контракт.  
141. Франчайзинг. Виды франчайзинга.  
142. Инвестиционные способы выхода на внешний рынок, их достоинства и недостатки.