**Вопросы к дифференцированному зачету**

**МДК. 03.01. Маркетинг оптического салона.**

1. Преимущества оптического салона на рынке товаров и услуг, основанные на ее имидже.
2. Перспектива развития оптического рынка.
3. Поддержание и развитие имиджа оптического салона.
4. Обучение персонала — инструмент повышения эффективности работы оптического магазина.
5. Сравнительный анализ товарных групп ассортимента оптической организации.
6. Эффективность работы региональных СМИ с точки зрения размещения в них рекламы оптического салона.
7. Понятие потребности клиента.
8. Иерархия потребностей человека.
9. Основные потребности и ожидания клиентов разных возрастных и социальных групп.
10. Оценка конкурентов на рынке оптики.
11. Роль имиджа оптической организации при определении её конкурентоспособности.
12. Принцип формирования конкурентоспособного предложения.
13. Определение мерчандайзинга.
14. Основные правила и принципы мерчандайзинга.
15. Оформление витрины и выкладка товара в оптической организации.
16. Виды средств массовой информации и связи с общественностью.
17. Реклама в печатных изданиях.
18. Реклама на радио и ТВ.
19. Реклама в Интернет.