

Disynergy.ru – Сдача тестов без предоплаты

Email: help@disynergy.ru

Whatsapp/Telegram/Viber: +7(924) 305-23-08

1. В основе моделирования покупательского поведения лежит ...
2. Внешняя микросреда маркетинга включает силы и факторы
3. Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются:
4. Деловое специальное мероприятие, имеющее довольно жесткий, стандартизированный формат и практическую направленность, - это...
5. Деловым планом гостиничного предприятия является ...
6. Если новый товар своим внешним видом напоминает прежнее изделие, однако обладает рядом новых свойств или вообще имеет иные характеристики, – это диверсификация ...
7. Жесткое управление спросом ...
8. Инструментом локального маркетинга является ...
9. Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:
10. К методам охвата рынка относятся ...
11. Качественные цели предприятия гостеприимства: ...
12. Коммуникация - это ...
13. Конкурентоспособность – это ... оптимальное соотношение «цена – качество»
14. Конъюнктура рынка - это ...
15. Маркетинг в сфере индустрии гостеприимства характеризуется реализацией ...
16. Маркетинг можно определить как:
17. Маркетинг ставит производство в функциональную зависимость от объемов и структуры спроса на ... уровне
18. Маркетинговая возможность фирмы - это ...
19. Маркетинговая среда фирмы – это:
20. Наиболее выгодным для продвижения мероприятия является присутствие на нем
21. Образ субъекта в общественном сознании – это ...
22. Определенная группа людей, состоящая из потенциальных потребителей товара (покупателей и клиентов), к которым обращено рекламное сообщение, - это ...
23. Основное преимущество анкетирования перед интервьюированием заключается ...
24. Половозрастной состав потребителей с учетом численности в половозрастных группах, уровень их образования, национальность, вероисповедание – все это относится к классу ... факторов
25. Прогнозирование спроса заключается в:
26. Продукт в индустрии гостеприимства...
27. Роль статистики в маркетинговом исследовании заключается:
28. Сегментация рынка – это ...
29. Совокупность элементов, обеспечивающих единство внешнего вида всех фирменных объектов (логотипа, торговой марки, цветовой палитры, шрифта), – это

30. Согласно одной из теорий мотивации удовлетворения наших потребностей, существует утверждение о том, что человек не в состоянии полностью понять мотивы своих действий. Такая точка зрения принадлежит:
31. Специальное мероприятие, проводимое с целью распространения некоторой информации и/или демонстрации некоторых товаров или услуг, – это ...
32. Специальное мероприятие, проходящее как массовое
33. Сущность концепции «социально-этического» маркетинга заключается в том, что:
34. Товары индустрии гостеприимства могут потребляться только непосредственно в месте их производства, а следовательно, их предложение отличается ... производством
35. Управленческая деятельность в маркетинговом отделе осуществляется на трех уровнях (сверху вниз) – ...
36. Устойчивый ложный образ субъекта, сформированный в условиях преднамеренных или произвольных дефицита и/или противоречивости информации о субъекте, – это ...
37. Цели деятельности фирмы и цели маркетинга ...
38. Цели деятельности фирмы и цели маркетинга:

Тесты синергия

DISYNERGY.RU