

Disynergy.ru – Сдача тестов без предоплаты

Email: help@disynergy.ru

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

1. ... можно отнести к внекабинетным исследованиям
2. ...относят к микросреде компании
3. ... можно отнести к внекабинетным исследованиям
4. ... можно отнести к кабинетным исследованиям
5. ... относят к макросреде компании
6. Такие показатели, как ..., относятся к качественным показателям целевого рынка
7. В медиаплане компании обычно расписывают ...
8. В ряду ключевых параметров эффективности маркетинговых коммуникаций - ...
9. В числе основных функций маркетинга в компании – ...
10. В числе составляющих матрицы распределения регионов на категории (Питер Р. Диксон) – ...
11. В числе тех, кто может участвовать в экспертном определении сегментов потребителей в качестве экспертов -специалисты по...
12. Вторая стадия жизненного цикла продукта –
13. Выбрать наиболее эффективные инструменты продвижения товаров (услуг) можно с использованием таких факторов, как ...
14. Для расчета себестоимости и точки безубыточности необходимо иметь ...
15. Для стратегического планирования необходим ... вид анализа
16. Итогом сегментации рынка можно считать ...
17. К вирусному маркетингу относят ...
18. К вопросам формирования товарной политики можно отнести ...
19. К инструментам торгового маркетинга относят ...
20. К инструментам, наиболее эффективным для сети посредников, можно отнести ...
21. К коммуникационной политике относят ...
22. К критериям оценки выбранных стратегий относят ...
23. К критериям сегментации физических лиц можно отнести ...
24. К критериям сегментации юридических лиц можно отнести ...
25. К первичным источникам информации можно отнести ...
26. К перечню стратегий по матрице «продукт - рынок» относится стратегия «...»
27. К проективным техникам исследования можно отнести ...
28. К способам профилактики ценовых войн относят...
29. К стратегиям по матрице И. Ансоффа относят ...
30. К формированию системы продаж (конфигурации каналов сбыта) относят ...
31. К ценности для потребителя относятся такие факторы, как ...
32. Клиент выбирает продукт или услугу
33. **Концепция маркетинга «Совершенствование товара» заключается в том, что основные усилия сосредоточены на ...**
34. Ко вторичным источникам информации можно отнести ...
35. Конкурентоспособность (по М. Портеру) – это ...

36. Концепция маркетинга «Интенсификация коммерческих усилий» заключается в том, что основные усилия сосредоточены на...
37. Концепция маркетинга «Совершенствование производства» заключается в том, что основные усилия сосредоточены на...
38. Концепция социально-этического маркетинга заключается в том, что основные усилия сосредоточены на...
39. Концепция целевого маркетинга заключается в том, что основные усилия сосредоточены на ...
40. Неверно, что в аналитическую функцию маркетинга входит ...
41. Неверно, что в формулу позиционирования можно включить
42. Неверно, что к видам маркетинговых исследований относятся ...
43. Неверно, что к ключевым параметрам эффективности маркетинговых коммуникаций можно отнести ...
44. Неверно, что к критериям оценки выбранных стратегий относят ...
45. Неверно, что к оценке эффективности маркетинговых мероприятий относят ...
46. Неверно, что к перечню стратегий по матрице «продукт - рынок» относится стратегия
47. Неверно, что к стадиям жизненного цикла продукта относится ...
48. Неверно, что в формулу позиционирования можно включить ...
49. Неверно, что к критериям оценки выбранных стратегий относят...
50. Неверно, что к оценке эффективности маркетинговых мероприятий относят
51. Пиар (PR) включает в себя
52. По итогам матрицы «продукт - рынок» в качестве результата можно получить выбор ...
53. При выходе на рынок рекомендуется использовать ...
54. Работа над маркетинговым исследованием начинается ...
55. Результатом оценки внешней среды компании является перечень ...
56. Роль каналов продаж заключается в ...
57. Роль маркетинговых коммуникаций – в ...
58. С помощью системы маркетинга можно решить такие задачи, как ...
59. Стадия жизненного цикла продукта, на которой проводится распродажа и уход с рынка, - «...»
60. Стратегия «дифференцирование» (по М. Портеру) – это ...
61. Стратегия «концентрация» (по М. Портеру) - это
62. Стратегия «ценовой лидер» (по М. Портеру) - это
63. Стратегия концентрации – это ...
64. Стратегия позиционирования «предложение решения проблемы»-это стратегия,...
65. Стратегия селективной специализации – это ...
66. Стратегия установления цен по географическому признаку означает установление цен ...
67. Стратегия функционального специалиста – это ...
68. Существуют такие способы изменения цены, как ...
69. Такие показатели, как ..., относятся к количественным показателям целевого рынка
70. Такие показатели, как..., относятся к качественным показателям целевого рынка
71. Такие стратегии ценообразования, как «...», относятся к новым продуктам

- 72. Такие стратегии ценообразования, как «...», относятся к существующим продуктам (тем, которые уже в продаже)
- 73. Такие стратегии ценообразования, как «...» относятся к новым продуктам
- 74. Технология разработки нового товара включает ...
- 75. Формула позиционирования включает в себя ...
- 76. Цена - это
- 77. Чувствительность покупателей к цене снижается, когда ...
- 78. Эффективность маркетинговых мероприятий оценивается по



Тесты синергия

DISYNERGY.RU