



Информационные системы в маркетинге.

- 1) Аппаратные средства, предназначенные для организации процесса переработки данных (информации, знаний), а также аппаратные средства, предназначенные для организации связи и передачи данных (информации, знаний), называют ...
- 2) Последовательность технологических этапов по преобразованию первичной информации в результатную в определенной предметной области, не зависящую от использования средств вычислительной техники, называют ...
- 3) Модификация обеспечивающих информационных технологий, при которой реализуется какая-либо из предметных технологий, представляет собой ... технологию
- 4) Совокупность содержащейся в базах данных информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий и технических средств – это ...
- 5) Управление маркетингом на предприятии ...
- 6) Маркетинговая информационная система (МИС) – это ...
- 7) Средства, обеспечивающие использование информационных данных для автоматизированных систем управления, – это ...
- 8) К компьютерному информационному обеспечению относятся ...
- 9) К внутреннему компьютерному информационному обеспечению относятся ...
- 10) Классификация задач маркетинговой системы проводится по ...
- 11) Любые данные можно представить в виде ...
- 12) ... – это нахождение функциональной зависимости между входными атрибутами и дискретным выходным атрибутом
- 13) ... – это нахождение функциональной зависимости между входными атрибутами и непрерывным выходным атрибутом, которое позволяет оценивать вероятность возникновения события или его численное значение





- 14) ... – это разбиение объектов на логически связанные группы сходных элементов, что позволяет анализировать одни объекты по аналогии с поведением других
- 15) ... – это анализ транзакций, т.е. событий, происходящих вместе (когда из события «А» с определенной вероятностью следует событие «В»)
- 16) ... – это события, связанные между собой по времени (т.е. после события «А» спустя определенное время произойдет событие «В»)
- 17) Объект управления маркетинга – это ...
- 18) Этап управления маркетингом – это ...
- 19) Интегрированные информационные системы (УМИС), являющиеся видом унифицированных маркетинговых информационных систем, ...
- 20) Непосредственно маркетинговые информационные системы выполняют функции ...
- 21) CRM (Customer Relationships Management) – системы управления взаимоотношениями с клиентами, в центре внимания которых находится ...
- 22) По уровню обработки информации выделяют ... CRM-системы
- 23) Передача данных из маркетинговой информационной системы в унифицированном формате нужна для ...
- 24) После анализа частей (сегментов) процесса или системы возможность «углубленного взгляда» на наиболее интересные сегменты ...
- 25) Модульное построение маркетинговых информационных систем (МИС) ...
- 26) Автоматизация анализа маркетинговой информации ...
- 27) ... маркетинговой информационной системы (МИС) – это ряд событий, происходящих с МИС в процессе ее создания и использования
- 28) Неверно, что ... относится к информационной безопасности компьютерных систем
- 29) Неверно, что при защите интересов субъектов информационных отношений используется ... уровень





- 30) Для защиты маркетинговой информационной системы (МИС) от хакерских атак по сетевым каналам используют ...
- 31) ... – это совокупность баз данных, технологий их сопровождения и использования, информационных систем, которая функционирует на основе общих принципов
- 32) Элементами информационного пространства являются ...
- 33) Согласно закону Парето, который иначе называют «правилом 20/80», ...
- 34) Коэффициент парной корреляции является ...
- 35) Функционально маркетинговая информационная система (МИС) состоит из ...
- 36) Пользовательский интерфейс – это ...
- 37) Пакет программ, обеспечивающих доступ к базам данных, называется ...
- 38) Система управления базой данных – это пакет программ для ...
- 39) Программное обеспечение автоматизированного рабочего места специалиста по маркетингу подразделяется на ...
- 40) Говоря о связи базы данных (БД) предприятия унифицированной маркетинговой информационной системы (УМИС) с другими источниками информации, можно утверждать, что ...
- 41) Стандартные (предлагаемые разработчиком) инструменты для работы с большими наборами данных должны, в первую очередь, учитывать ...
- 42) Модель жизненного цикла информационной системы (ЖЦ ИС), предусматривающую последовательное выполнение всех этапов проекта в строго фиксированном порядке, называют ...
- 43) Модель жизненного цикла информационной системы, в рамках которой разработка системы ведется итерациями с циклами обратной связи между этапами, называется ...
- 44) Модель жизненного цикла информационной системы (ИС), имеющая итерационный характер (на каждом цикле уточняются требования проекта и планируются работы следующего витка, приводящие к созданию очередной версии ИС), называется ...





- 45) ... – это структура, содержащая процессы, действия и задачи, которые осуществляются в ходе разработки, функционирования и сопровождения маркетинговой информационной системы от определения функциональных требований до завершения ее использования
- 46) Определенная последовательность взаимосвязанных действий, от момента определения и формализации решения о необходимости приобретения маркетинговой информационной системы (МИС) и до момента, когда система будет внедрена на предприятии, называется ...
- 47) К способам приобретения маркетинговой информационной системы (МИС) относится ...
- 48) В числе преимуществ, которые предприятие получает при аренде маркетинговой информационной системы (МИС) – ...
- 49) ... – это использование ресурсов сторонних организаций в процессе обеспечения собственной деятельности и выполнения внутренних бизнес-процессов
- 50) К основным целям применения аутсорсинга относят ...

