



Конкурентный анализ.mosap_БАК_2023

- 1 Что такое конкурентный анализ?
- 2 Какие данные входят в конкурентный анализ?
- 3 Какими методами проводится конкурентный анализ?
- 4 Какие основные задачи решает конкурентный анализ?
- 5 Какие методы можно использовать для изучения мнения потребителей о продукции конкурентов?
- 6 Какой метод наиболее эффективен для изучения сильных и слабых сторон компании-конкурента?
- 7 Какие параметры могут использоваться при оценке сильных и слабых сторон компаний-конкурентов?
- 8 Что такое SWOT-анализ?
- 9 Какой инструмент используется при проведении SWOT-анализа?
- 10 Какой компонент SWOT-анализа относится к внутренней среде компании?
- 11 Какой компонент SWOT-анализа относится к внешней среде компании?
- 12 Какой методика используется при проведении анализа позиционирования конкурентов?
- 13 Каким образом определяется уровень конкурентной борьбы на рынке при использовании методики М. Портера?
- 14 Что такое теория игр?
- 15 Какой инструмент используется при проведении анализа игроков на рынке?
- 16 Что такое матрица BCG?
- 17 Какие категории продуктов выделяются в матрице BCG?



- 18) Какой показатель используется в матрице BCG для оценки наиболее прибыльных продуктов компании?
- 19) Что такое анализ SWOT-матрицы?
- 20) Каким образом можно оценить эффективность маркетинговой стратегии компании?
- 21) Что из перечисленного не является видом конкурентного анализа?
- 22) Что из перечисленного не является целью проведения конкурентного анализа?
- 23) Какие факторы необходимо учитывать при проведении анализа конкурентов?
- 24) Какие из перечисленных методов не используются для проведения конкурентного анализа?
- 25) Что из перечисленного не является преимуществом проведения конкурентного анализа?
- 26) Какие функции выполняет конкурентный анализ?
- 27) Что из перечисленного не является элементом SWOT-анализа?
- 28) Какие факторы следует учитывать при проведении анализа привлекательности отрасли?
- 29) Какой из методов анализа конкурентов позволяет определить наиболее вероятные действия конкурентов?
- 30) Какие из перечисленных факторов следует учитывать при проведении анализа социально-демографических характеристик потребителей?
- 31) Что из перечисленного не является основной причиной проведения конкурентного анализа?
- 32) Какие из перечисленных факторов необходимо учитывать при проведении анализа стратегий конкурентов?
- 33) Какой из методов анализа конкурентов позволяет определить сильные и слабые стороны конкурентов?
- 34) Что из перечисленного не является фактором исследования при проведении конкурентного анализа?
- 35) Какие факторы следует учитывать при проведении анализа привлекательности отрасли?





- 36) Что из перечисленного не является элементом SWOT-анализа?
- 37) Какой из методов анализа конкурентов позволяет определить наиболее вероятные действия конкурентов?

