



## Конкурентный анализ.э

- 1 Неверно, что анализ ... относится к конкурентному анализу
- 2 При анализе конкурентов новому игроку на рынке необходимо спрогнозировать ...
- 3 Фиксация текущего состояние своего и чужого конкурентного потенциала, силы качества своих и чужих конкурентных действий, степени их устойчивости, качества и количества произведенных и проданных товаров (услуг, работ), а также тенденции развития конкурентной среды происходит с помощью ...
- 4 Конкурентный анализ существует с момента возникновения ...
- 5 Конкурентный анализ зародился как отдельное направление деятельности участников рынка, их окружения и как направление научно-прикладных исследований ...
- 6 В настоящее время конкурентный анализ является составной частью ...
- 7 Мониторинг в конкуренции представляет собой ...
- 8 Объектом конкурентного анализа и оценки, прежде всего, являются ...
- 9 Неверно, что предметом конкурентного анализа и оценки являются ...
- 10 Сочетание внутренних оценок участниками рынка своих конкурентных отличий с оценкой конкурентных отличий соперников является частью ...
- 11 Основное препятствие здоровой конкуренции, с которым борется государство, – это ...
- 12 ... определяет предпочтения, размещает заказы и задания, выделяет финансовые субсидии, оказывает PR-поддержку отдельным конкурентам, а некоторым предоставляет эксклюзивные возможности ведения бизнеса
- 13 Государственная поддержка адресуется компаниям, которые ...
- 14 Неверно, что ... следует отнести к искусственным конкурентным преимуществам





- 15) Силы конкуренции, интенсивность соперничества, перспективы развития – все это объекты ...
- 16) ... может рассматриваться участниками рынка как составная часть их маркетинговых исследований
- 17) Данные о закономерности изменений приоритетов, необходимые для вхождения на тот или иной сектор (сегмент) рынка и выхода из него, для диверсификации бизнеса, горизонтальной или вертикальной кооперации, дает ...
- 18) Местное и зарубежное законодательство, конкурентный климат на данных рынках, специфические барьеры вхождения, интенсивность конкуренции на них, местные и национальные традиции делового оборота – все это объекты ...
- 19) Анализ макроэкономических трендов позволяет ...
- 20) Неверно, что ... проводят внутрифирменный конкурентный анализ
- 21) ... – вот основной недостаток внутрифирменного конкурентного анализа
- 22) Согласно ..., фирма создает особую ценность для покупателя, если она дает ему такую экономию или такие потребительские свойства, какие он не может получить, купив товар конкурента
- 23) Неверно, что потребительская ценность реализуемых участниками рынка товаров, услуг, работ определяется ...
- 24) Оценки со стороны ... имеют решающее значение для любого участника рынка
- 25) Pepsi и Coca-Cola удовлетворяют ...
- 26) Соки «Любимый сад» и Swell, имеющие разную стоимость и ориентированные на менее и более состоятельных клиентов соответственно, удовлетворяют:
- 27) Pepsi со своим продуктом Lipton Ice Tea и компания «Вимм-Билль-Данн» с соками марки J7 удовлетворяют ...
- 28) ... окончательно формирует собственные оценки продукции участников рынка и свои потребительские ожидания
- 29) Установите правильную последовательность действий в рамках конкурентного анализа:
- 30) Установите соответствие между видами конкурентного анализа и их характеристиками:





- 31) Установите соответствие между видами конкурентного анализа и их основными характеристиками:
- 32) Установите соответствие конкурентных оценок и их характеристик:
- 33) Установите соответствие факторов, составляющих PEST-анализ, и их характеристик:
- 34) Установите соответствие видов анализа и их описаний:
- 35) Установите соответствие понятий и их характеристик:
- 36) Установите соответствие видов ценностей и их определений:
- 37) Установите соответствие видов конкурентных ценностей, которые интересуют государство, и ролей, в которых они выступают:
- 38) Выделяют стратегический, тактический и ... уровни менеджмента конкурентных действий

