



## Кросскультурный маркетинг.фмен\_БАК

- 1 Выберите верное определение кросс-культурного маркетинга (один вариант ответ:
- 2 Маркетинг как научная дисциплина появился в двадцатом веке в университетах страны ...
- 3 Интернационализация- это ( один вариант ответ:
- 4 Выберите верное определение глобализации (один вариант ответ:
- 5 Факторы, связанные с ухудшением экологической ситуации на земле, сокращением запасов природных ресурсов, удорожанием энергоносителей, ростом загрязнения окружающей среды, называются ...
- 6 К особенностям мирового рынка можно отнести (выберите 4 варианта ответа):
- 7 Расположите в правильной последовательности этапы развития кросс-культурного маркетинга
- 8 Уникальная система маркетинговых мероприятий, ориентированная на потребности интернационального потребителя и управляемая из единого центра на основе стратегического плана относится к .... маркетингу ?
- 9 Сущность каскадной интернационализации можно охарактеризовать:
- 10 Факторы, которые определяют покупательную способность населения: распределение доходов, взаимосвязь цен, сбережений, долгов и доступности кредита, называются
- 11 Продукт, предназначенный для обмена путем купли-продажи., называется ...
- 12 Сущность глобальной интернационализации можно охарактеризовать так:
- 13 Расположите в правильной последовательности появление ведущих идей, которые легли в концепции маркетинга:
- 14 Расположите в правильной последовательности этапы развития маркетинга в России:





- 15) Использование идей маркетинга в СССР и других странах бывшего социалистического содружества было весьма ограниченным по причине (укажите один правильный ответ):
- 16) Особенности развития кросс-культурного маркетинга в России:
- 17) Планирование и организация изучения рынков на территории иностранных государств для эффективного продвижения на них отечественной продукции относится к ... маркетингу.
- 18) ... маркетинг – связан с эффективной организацией закупок, ввозом товаров, услуг, рабочей силы и капиталов из зарубежных стран
- 19) Издание IMD World Competitiveness Yearbook — одно из наиболее полных периодических исследований по проблемам...
- 20) Компания работает на шести зарубежных рынках. На основе анализа данных, представленных в таблице, рассчитайте индекс стратегического положения для рынков 1-3.
- 21) Транснациональная корпорация – это (один вариант ответ):
- 22) Установите соответствие между комплексом транснациональной компании и характеристикой деятельности:
- 23) К проблемам, связанными с деятельностью ТНК (транснациональной корпорации) для принимающей стороны относятся ( три варианта ответ
- 24) Компания работает на шести зарубежных рынках. На основе анализа данных, представленных в таблице, рассчитайте индекс стратегического положения для рынков 4-6.
- 25) К основным качественным признакам ТНК относятся (три варианта ответ):
- 26) Определение сегментов, которые компания устанавливает для себя в своих маркетинговых кампаниях, и определение способа достижения определенных преимуществ в этих сегментах относится:
- 27) Компания «Procter & Gamble» в Японии адаптировала производство стирального порошка с использованием местных видов смягчителей тканей, в рекламе акцент на том, что порошок подходит для стирки в холодной воде (из-за того, что экономия широко распространена в Японии). Определите, к какому типу глобальной стратегии можно отнести приведенный пример?





- 28) К фазам международного маркетинга относятся (выберите один вариант ответ:
- 29) Компания выбирает стратегию ..., когда значительно увеличивается число стран, участвующих в производстве и сбыте конкретного товара и товар теряет свою национальную принадлежность
- 30) Для стратегии адаптации характерна ситуация (выберите ответ вариант ответ:
- 31) Установите соответствие между этапами развития транснациональной компании и характеристикой этих этапов:
- 32) внешнеэкономическая деятельность рассматривается компанией как подчиненная деятельности на внутреннем рынке
- 33) Алгоритм учета экономических факторов маркетинговой среды можно представить в следующей последовательности:
- 34) К рыночным факторам использования стратегии стандартизации относятся (выберите три вариант:
- 35) Экономия издержек на стандартный товар и экономия издержек на стандартную маркетинговую программу относятся к ... факторам использования стратегии стандартизации
- 36) К ограничениям стратегии глобализации относятся (выберите пять варианты:
- 37) Выход компании на зарубежные рынки сопряжен с рисками (выберите 5 варианты:
- 38) К тенденциям глобализации маркетинга можно отнести (выберите 2 варианта ответ:
- 39) Под окружающей средой международного маркетинга следует понимать:
- 40) Правовая система страны, основанная на религиозных заповедях, называется:
- 41) Правовая система страны, основанная на прецеденте, называется:
- 42) При ... экономике ресурсы общества распределяются и контролируются с помощью механизма купли-продажи.
- 43) При ... экономике ресурсы общества распределяются и контролируются решениями правительства страны
- 44) Внешнеторговая стратегия развивающихся стран, как правило, направлена на:





- 45) Положительное сальдо платежного баланса страны (превышение экспорта над импортом) свидетельствует о:
- 46) К важнейшим элементам социокультурной среды международного маркетинга относятся:
- 47) При SWOT-анализ оценивается состояние компании по ряду позиций. (выберите четыре ответа)
- 48) При анализе внешней среды инфляция и государственный долг относятся к факторам ... среды
- 49) К важнейшим элементам социокультурной среды международного маркетинга относятся (3 варианта ответа):
- 50) Предприятие, которое борется за увеличение своей доли рынка, называется:
- 51) Если конкурентная позиция фирмы – «лидер рынка», то доля фирмы на рынке составляет до:
- 52) Если конкурентная позиция фирмы – «рыночный последователь», то доля фирмы на рынке составляет до:
- 53) Если конкурентная позиция фирмы – «претендент на лидерство», то доля фирмы на рынке составляет до:
- 54) Если конкурентная позиция фирмы – «аутсайдер», то доля фирмы на рынке составляет до:
- 55) Кейсовая задача: В Уругвае свыше 40 процентов административно-управленческих должностей занято женщинами, а в Испании не больше 5 процентов. Как вы считаете, о какой характеристике стран идет речь с точки зрения кросскультурных коммуникаций?
- 56) К инструментам воздействия для регулирования международной торговли со стороны правительства относятся: (5 вариантов ответа)
- 57) Защита собственной промышленности страны, сельского хозяйства от иностранной конкуренции на внутреннем рынке называется политикой
- 58) ... это – политика свободной торговли и отмена ограничений на пути импортных товаров, низкие таможенные тарифы
- 59) При анализе емкости и перспективности глобального рынка определяют продуктовые границы рынка, состоящие (1 вариант ответа)
- 60) Учет теории поколений Нейла Хоуфа и Вильяма Штрауса основывается на (два варианта ответа):





- 61) Компания работает на шести зарубежных рынках. На основе анализа данных, представленных в таблице, рассчитайте индекс привлекательности для рынков 4-6.
- 62) Установите соответствие между критериями сегментирования по поведенческому принципу и их характеристикой:
- 63) Сегментирование по психографическому признаку – это (выберите один ответ):
- 64) Массовая кастомизация – это (выберите один ответ)
- 65) Рыночной нишей называется (выберите один ответ):
- 66) Выбор целевой аудитории называется еще ....
- 67) Дифференцированный маркетинг– это (выберите один ответ):
- 68) Группа основателей фирмы начинает свою деятельность и планирует сосредоточить ее на производстве обуви. На первом этапе предусматривается сконцентрировать усилия и средства на узком сегменте – мужской и женской обуви больших размеров. Общее количество потребителей составляет 650000 лиц, среди них 49% - мужчины. Данные проведенных исследований свидетельствуют о том, что количество потребителей, имеющих большой размер, составляет 25% от общего количества взрослого населения. Фирма решила работать в расчете на потенциального покупателя, доля которого составляет 62% от общего количества потенциальных покупателей со средним достатком, удельный вес которых составляет 40%. Средняя стоимость одной единицы женской обуви осенне-зимнего ассортимента – 380 ден. ед., мужской – 280 ден. ед. Фирме через год необходимо вернуть кредит в размере 150000 ден. ед. Доля рынка первого года – 25%. Определите привлекательность сегмента рынка обуви больших размеров, рассчитав емкость целевого сегмента рынка.
- 69) Специфика международных маркетинговых исследований заключается (два варианта ответ)
- 70) Нормы поведения, связанные с проведением международных маркетинговых исследований, сводятся в единый документ, который называется ... маркетинговых исследований.
- 71) Установите правильное соответствие между направлениями маркетинговых исследований и их характеристикой:
- 72) Описательными исследованиями называются (выберите один ответ):





- 73) К особенностям исследований Ad hoc относятся (выберите четыре ответа):
- 74) К первичной информации относится информация (выберите один ответ)
- 75) Алгоритм действий для исследователя по проведению опроса можно представить в следующей последовательности:
- 76) К первичной информации относится информация (выберите один ответ):
- 77) Вторичными данными в международном маркетинге называется:
- 78) Проведение исследования зарубежного рынка для фирмы рекомендуется передать специальному агентству, когда:
- 79) На какой концепции маркетинга основана деятельность фирмы на внутреннем рынке? Мебельная фабрика производит недорогую практичную мебель не лучшего качества, однако продукция фирмы широко представлена в торговой сети.
- 80) Структурированное хранилище информации, которое содержит данные, факты, статистику, исследования и другую информацию, связанную с определенной областью знаний или предметом исследования называется .... знаний
- 81) К вербальным коммуникационным барьерам в международном маркетинге относятся: (выберите 2 вариант
- 82) К источникам информации для проведения маркетингового исследования относятся организации (выберите 4 ответа)
- 83) ... справочники содержат почтовые реквизиты фирм, их телефоны, факсы и телексы
- 84) В ... справочниках (национальных международных) в алфавитном порядке по каждому товару перечисляются фирмы, занимающиеся его производством или торговлей. Например, издаваемый в Швейцарии в двух томах, сериями по европейским странам, справочник "Kompas"
- 85) особый набор графических изображений, буквенных и цифровых символов, которые визуалью представляют собой пробелы и черные штрихи называется системой ...





- 86) Потребитель купил несколько товаров в магазине и стал изучать шриховое кодирование. Покупатель увидел 13-разрядным штрихкодом, где был зашифрован код организации – члена GS1 (Ассоциация автоматической идентификации) – код страны. Три товара содержали следующие цифры : 499, 466, 478. Помогите покупателю определить код страны.
- 87) Концепция, описывающая сбыт товара, прибыль, потребителей, конкурентов и стратегии маркетинга с момента поступления товара на рынок и до его снятия с рынка называется... цикл товара
- 88) К глобальным стратегиям относят: (выберите 4 ответ
- 89) Установите соответствие между этапами процесса разработки нового товара и их характеристикой:
- 90) Международный жизненный цикл товара разделяется на стадии, прохождение которых можно представить в следующей последовательности:
- 91) Качественный и количественный анализ политических, экономических, социальных и иных факторов, оказывающих влияние на объем и эффективность продажи товара на конкретном рынке называется исследованием... рынка.
- 92) Стадия роста товара выражается в характерных особенностях (выберите три ответ:
- 93) В свое время брендинговое агентство UNIQA С.Е. разработало упаковку для домашних тапочек молодой компании «Лайка». Была предложена упаковка оригинальной конструкции, визуально представляющая собой собаку с парой тапочек в зубах. Упаковка эффектно выглядела на полке и привлекала внимание. Через три месяца после запуска новой упаковки продажи «Лайки» выросли втрое. Какой критерий создания конкурентной упаковки был взят брендинговым агентством за основу? Ответ обоснуйте
- 94) К продуктовым стратегиям, разработанным для зарубежного рынка, относятся:
- 95) Продуктовая стратегия, подразумевающая предложение внешнему рынку оригинального товара без каких-либо изменений, называется:
- 96) Продуктовая стратегия, подразумевающая изменение продукции в соответствии с условиями конкретной страны и предпочтениями местных потребителей, называется:
- 97) Продуктовая стратегия, подразумевающая разработку нового продукта, называется: ... продукта



- 98) Процесс приспособления продукта и мероприятий по продвижению к требованиям внешнего рынка носит название:
- 99) Согласно модели международного жизненного цикла товара (ЖЦТ) С. Холленсена, в конкретный момент времени товар может находиться в отдельных странах на разных фазах ЖЦТ. Данный ... подход связан с анализом ЖЦТ в разных странах
- 100) ...ценами считаются экспортные цены основных поставщиков конкретного товара и импортные цены в важнейших центрах этого товара
- 101) Установление международной цены на товар – это процесс, состоящий из шести этапов, который можно представить в следующей последовательности:
- 102) Соотнесите ценовые стратегии на внешнем рынке и характеристику ценовых стратегий:
- 103) Установите соответствие между классификацией цен и их детальным описанием
- 104) Цена – один из инструментов воздействия на ..., и с этой точки зрения она не отличается от других составляющих маркетинг-микса – товара, распределения и продвижения.
- 105) Фирмы часто пытаются установить ... цены для дочерних компаний в странах с высокими налогами, чтобы заработанный там доход был минимальным
- 106) К какой стратегии относится следующая ситуация: Авиакомпания Lufthansa предлагает программу «Senator Premium Award», которая дает возможность участникам со статусом «Senator» забронировать билеты на рейсы в случаях, когда это невозможно даже для премиальных билетов. Стоимость такого билета составляет 150% от тарифа, применяемого при бронировании премиального билета.
- 107) К функциям системы распределения в комплексе международного маркетинга относят:
- 108) К характеристикам функционирования торговых каналов относятся (выберите 2 ответ):
- 109) Отличительной характерной чертой системы сбыта в Японии является:
- 110) Выбор каналов товародвижения в другую страну зависит от параметров (выберите 4 ответ):





- 111) В обобщенном виде выбор различных организационных форм ... может быть представлен условиями рынка – открытый или закрытый, с передовой или отсталой торговой структурой, функционирующий в условиях либерализованной или децентрализованной экономики
- 112) Нулевой уровень канала или прямой маркетинг выгоден в следующих случаях (укажите три ответа):
- 113) Дистрибуция представляет собой (выберите один ответ):
- 114) Распространенным способом лицензирования является продажа-покупка ...
- 115) Выплата лицензионного вознаграждения в виде процента от цены произведенной продукции по лицензии по окончании каждого отчетного периода называется:
- 116) Схема франчайзинга, согласно которой франчайзер в данном географическом регионе опирается на поддержку главного франчайзи, главный франчайзи подбирает новых франчайзи, обеспечивает их первоначальное обучение и прочие услуги, за что получает от франчайзера роялти, величина которых зависит от доли в общем объеме реализации тех новых франчайзи, которых он вовлек в эту франчайзинговую систему, называется ... франчайзинг
- 117) Зарубежное предприятие принимает на себя обязательство изготавливать на собственных производственных мощностях продукцию, приобретение которой гарантируется отечественной фирмой на длительный срок. О каком способе выхода на зарубежный рынок идет речь?
- 118) Международное соглашение на осуществление комплекса работ в области менеджмента, маркетинга, консультирования называется ....контрактом
- 119) Маркетинговые коммуникации представляют собой (укажите один ответ):
- 120) К мероприятиям «публик рилейшнз» относятся: (выберите три ответа):
- 121) Фирмы, считающие весь мир единым рынком, называются:
- 122) Сопоставьте название маркетинговых стратегий охвата рынка и их описание:





- 123 Нетарифные барьеры как способ регулирования внешнеэкономической деятельности включают:
- 124 Таможенные пошлины, начисляемые в случае ввоза товара по цене более низкой, чем его нормальная стоимость в стране ввоза, называются:
- 125 Компания работает на шести зарубежных рынках. На основе анализа данных, представленных в таблице, рассчитайте индекс привлекательности для рынков 1-3.
- 126 Постоянная проверка и оценка положения и процессов в области международного маркетинга относится к функции ...

