



Маркетинг в индустрии гостеприимства.

- 1 Маркетинг – это ...
- 2 Основное преимущество анкетирования перед интервьюированием заключается в ...
- 3 PR – это деятельность по организации и обеспечению коммуникации субъекта с ...
- 4 Продукт в индустрии гостеприимства ...
- 5 Такие факторы, как общая емкость рынка услуг, денежные доходы, структура доходов и расходов потребителей, количество выходных, относятся к группе ... факторов
- 6 Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке ... информацией
- 7 Стратегия отступления в матрице Бостонской консалтинговой группы соответствует позиции ...
- 8 Прогнозирование спроса заключается в ...
- 9 Если планируется ужин с шоу-программой и танцами, количество гостей – 100 человек, то оптимальная площадь помещения для проведения этого мероприятия – ...
- 10 Управленческая деятельность в маркетинговом отделе осуществляется на трех уровнях (сверху вниз): ...
- 11 Если новый товар своим внешним видом напоминает прежнее изделие, однако обладает рядом новых свойств или вообще имеет иные характеристики – это диверсификация ...
- 12 Гипертекст – это ...
- 13 Глобальная сеть – это ...
- 14 Локальная сеть – это ...
- 15 Браузер является ...
- 16 Под информационной безопасностью понимается ...





- 17) Маркетинг территорий осуществляется ...
- 18) Количество субъектов РФ с 1 марта 2008 г. составляет ...
- 19) В состав РФ входит ...
- 20) В состав РФ входит
- 21) Основной фактор, оказывающий влияние на размещение сферы услуг, - ...
- 22) Основной потенциал Северо-Кавказского региона - ...
- 23) Маркетинговая среда фирмы - это ...
- 24) Маркетинг можно определить как ...
- 25) Конкурентоспособность - это ...
- 26) Совокупность продуктов и услуг, необходимых потребителю для обеспечения его воспроизводства, функционирования и развития, - это ...
- 27) Основное преимущество анкетирования перед интервьюированием заключается ...
- 28) Конъюнктура рынка - это ...
- 29) Целью стратегического маркетинга является ...
- 30) Сегментация рынка - это ...
- 31) Условием эффективности сегментации является ...
- 32) Основная черта, характеристика или свойство, присущее товару, выгодно отличающее его от конкурентов и привлекательное для потребителей, - это ...
- 33) Совокупность элементов, обеспечивающих единство внешнего вида всех фирменных объектов (логотипа, торговой марки, цветовой палитры, шрифта), - это ...
- 34) Образ субъекта в общественном сознании - это ...





- 35) Преднамеренно подготовленная ложная информационная модель субъекта, распространяемая среди общественности для формирования его ложного имиджа в соответствии с интересами ее создателя, – это ...
- 36) Устойчивый ложный образ субъекта, сформированный в условиях преднамеренных или произвольных дефицита и/или противоречивости информации о субъекте, – это ...
- 37) Информационный бюллетень, предназначенный для газет, журналов, радио и телередакций, из которого они могут получить интересующую их информацию, – это ...
- 38) Специальное мероприятие, проводимое с целью распространения некоторой информации и/или демонстрации некоторых товаров или услуг, – это ...
- 39) Деловое специальное мероприятие, имеющее довольно жесткий, стандартизированный формат и практическую направленность, – это ...
- 40) ... – специальное мероприятие, проходящее как массовое празднество, показ достижений музыкального, театрального, эстрадного искусства и т.п. или достижений в какой-либо другой области
- 41) Маркетинговая возможность фирмы – это ...
- 42) Первый этап подготовки любого мероприятия – это ...
- 43) Процесс популяризации бренда и закрепления его позитивного облика в сознании целевых аудиторий – это ...
- 44) PR – это деятельность по организации и обеспечению коммуникации субъекта ...
- 45) Званый обед или торжественный ужин, устраиваемый в честь определенного лица или события, – это ...
- 46) Маркетинг в сфере индустрии гостеприимства характеризуется реализацией ...
- 47) Продукт в индустрии гостеприимства...
- 48) Товары индустрии гостеприимства могут потребляться только непосредственно в месте их производства, а следовательно, их предложение отличается ... производством





- 49) Праздничные дни и дни недели, событийный, тематический календарь, доступность достопримечательностей, погодные условия – все это относится к ... факторам
- 50) Половозрастной состав потребителей с учетом численности в половозрастных группах, уровень их образования, национальность, вероисповедание – все это относится к классу ... факторов
- 51) Такие факторы, как общая емкость рынка услуг, денежные доходы, структура доходов и расходов потребителей, количество выходных, относятся к группе ...
- 52) Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке ...
- 53) Стратегия отступления в матрице Бостонской консалтинговой группы соответствует позиции ...
- 54) Прогнозирование спроса заключается ...
- 55) Жесткое управление спросом ...
- 56) В основе моделирования покупательского поведения лежит ...
- 57) Цели деятельности фирмы и цели маркетинга ...
- 58) Если ресторан А размещает рекламу ресторана Б, в то время как ресторан Б продвигает услуги ресторана А, то такой тип взаимодействия является ...
- 59) Коэффициент сменяемости представляет собой частное от деления общей численности посетителей на ... посещаемость
- 60) Определенная группа людей, состоящая из потенциальных потребителей товара (покупателей и клиентов), к которым обращено рекламное сообщение, – это ...
- 61) Коммуникация – это ...
- 62) Если планируется ужин с шоу-программой и танцами, количество гостей – 100 человек, то оптимальная площадь помещения для проведения этого мероприятия – ...
- 63) Наиболее выгодным для продвижения мероприятия является присутствие на нем ...





- 64) Метод исследования материалов, опубликованных в СМИ, применяемый для оценки качественного и количественного присутствия компании (персоны, бренда, идеи) в прессе, – это ...
- 65) Маркетинг ставит производство в функциональную зависимость от объемов и структуры спроса на ... уровне
- 66) Управленческая деятельность в маркетинговом отделе осуществляется на трех уровнях (сверху вниз) – ...
- 67) Если новый товар своим внешним видом напоминает прежнее изделие, однако обладает рядом новых свойств или вообще имеет иные характеристики, – это диверсификация ...
- 68) Маркетинг – это ...
- 69) Основное преимущество анкетирования перед интервьюированием заключается в ...
- 70) PR – это деятельность по организации и обеспечению коммуникации субъекта с ...
- 71) Продукт в индустрии гостеприимства ...
- 72) Такие факторы, как общая емкость рынка услуг, денежные доходы, структура доходов и расходов потребителей, количество выходных, относятся к группе ... факторов
- 73) Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке ... информацией
- 74) Стратегия отступления в матрице Бостонской консалтинговой группы соответствует позиции ...
- 75) Прогнозирование спроса заключается в ...
- 76) Если планируется ужин с шоу-программой и танцами, количество гостей – 100 человек, то оптимальная площадь помещения для проведения этого мероприятия – ...
- 77) Управленческая деятельность в маркетинговом отделе осуществляется на трех уровнях (сверху вниз): ...
- 78) Если новый товар своим внешним видом напоминает прежнее изделие, однако обладает рядом новых свойств или вообще имеет иные характеристики – это диверсификация ...
- 79) Гипертекст – это ...





- 80 Глобальная сеть – это ...
- 81 Локальная сеть – это ...
- 82 Браузер является ...
- 83 Под информационной безопасностью понимается ...
- 84 Маркетинг территорий осуществляется ...
- 85 Количество субъектов РФ с 1 марта 2008 г. составляет ...
- 86 В состав РФ входит ...
- 87 В состав РФ входит
- 88 Основной фактор, оказывающий влияние на размещение сферы услуг, – ...
- 89 Основной потенциал Северо-Кавказского региона – ...

