



Маркетинг в образовании.фпдг_БАК

- 1 Установите правильное соответствие между названиями концепций и инструментарием концепций маркетинга:
- 2 Концепция маркетинга- это ...
- 3 Расположите в правильной последовательности этапы развития маркетинга образовательных услуг в России:
- 4 Маркетинг в образовании – это ...
- 5 Потребность – это ...
- 6 Предмет маркетинга в образовании (выберите один ответ):
- 7 Специфика услуги в образовании заключается в (выберите 5 ответов):
- 8 Основные функции маркетинга в образовании заключаются в (выберите 5 ответов):
- 9 Сбытовая функция маркетинга в образовании заключается в (выберите 4 ответов):
- 10 Вуз, расположенный в центре г. Тамбова, собирается расширить программу своих занятий для студентов заочной формы обучения, включив в них бизнес-курсы по инновационному маркетингу, корпоративному менеджменту, бухгалтерскому учету и финансам. Кто будет целевыми потребителями (потенциальными студентами) этих курсов?
- 11 Модель маркетинга-микс состоит из элементов (выберите четыре ответа):
- 12 Метод анализа сильных и слабых сторон компании, а также возможностей и угроз называется (выберите один ответ):
- 13 Лозунг маркетинга звучит (выберите один ответ):
- 14 Укажите основные приоритеты в современной системе образования (4 ответа)
- 15 Укажите основные нормативно-правовые документы в сфере образования:





- 16) Установите правильное соответствие между видами наблюдения и их характеристикой:
- 17) Объектами маркетинговых исследований являются (выберите четыре ответа):
- 18) Государство как гарант гуманистического образования: (4 ответа)
- 19) К видам маркетинговых исследований относятся (выберите три ответа):
- 20) Алгоритм принятия решений в маркетинге можно представить в следующей последовательности:
- 21) К источникам внутренней вторичной информации относятся (выберите два ответа):
- 22) Основная задача проекционных методов состоит в (выберите один ответ):
- 23) К источникам внешней вторичной информации относятся (выберите четыре ответа):
- 24) Установите соответствие между этапами модели стратегического маркетинга Ф.Котлера и их определениями
- 25) Теория маркетинга развивалась в следующей последовательности:
- 26) Стратегический (портфельный) анализ маркетинговой среды направлен на (выберите два ответа):
- 27) Стратегическое видение – это ...
- 28) Стратегический инструментарий – это ...
- 29) Матрица Маккинзи называется еще (выберите один ответ):
- 30) При SNW-анализе оценивается состояние внутренней среды компании по ряду позиций. Выделите три позиции.
- 31) Недостатки стратегии дифференциации заключаются в (выберите три ответа):
- 32) Компания Samsung производит косметику, бытовую химию, электронику, автомобили, белье, одежду. Это разнообразие сфер деятельности имеет место благодаря тому, что Samsung образует конгломерат, покупая другие компании, специализирующиеся в различных сферах деятельности. Какую стратегию роста использует компания? Каковы преимущества данной стратегии?





- 33) Принцип достижимости потребителей означает (выберите один ответ):
- 34) Установите правильное соответствие между психологическими факторами и их значениями
- 35) Расположите в правильной последовательности этапы модели покупательского поведения:
- 36) Тенденция, состоящая в том, что ожидания влияют на восприятие, относится: (выберите три ответа):
- 37) Группа американских бизнесменов вышла на рынок Тайваня с зелеными бейсбольными кепками в качестве сувениров. Какую ошибку допустили бизнесмены?
- 38) Иванова Мария Петровна, сотрудник отдела продаж одной из московских компаний, каждый день ходит на обед в одно и то же кафе в течение 6 месяцев. Это кафе расположено в 50-ти метрах от офиса. К какому типу лояльности относится поведение потребителя? Какие рекомендации можно предложить кафе при дальнейшей работе с этим клиентом?
- 39) К самым популярным критериям сегментирования специалисты относят: (выберите один ответ):
- 40) Процесс сегментации состоит из этапов, которые можно представить в следующей последовательности:
- 41) Установите правильное соответствие между личностными факторами и их характеристикой
- 42) Доля рынка определяется как ...
- 43) Недифференцированный (массовый) маркетинг – это ...
- 44) Сегментирование по психографическому признаку – это ...
- 45) В практике рекламного бизнеса используется сегментирование на основе кластерного анализа, состоящее из этапов, представленных в определенной последовательности:
- 46) Студия фотографии и дизайна «Магическое фото» занимается предоставлением услуг фотографов исключительно для бизнеса. При этом декларируется, что фотостудия предлагает надежный сервис, короткие сроки и индивидуальный подход с реально выгодными ценами и условиями оплаты. Объясните, какую стратегию позиционирования выбрала организация?





- 47) Выбор правильного признака сегментации в существенной мере влияет на конечные результаты коммерческой деятельности. Компания «Форд моторс», разрабатывая рыночную стратегию и тактику реализации модели автомобиля «Мустанг», предназначенной для молодежи, желающей приобрести спортивный недорогой автомобиль, в качестве базового признака сегментации выбрала возраст покупателей. Однако, выпустив машину на рынок, руководство фирмы, к своему удивлению, обнаружило, что модель пользуется спросом у покупателей всех возрастов. Какую целевую аудиторию следовало бы выбрать компании в качестве базовой сегментной группы?
- 48) Процесс разработки нового товара состоит из ступеней. Установите соответствие между ступенями процесса разработки нового товара и их детальным описанием:
- 49) Установите соответствие между типами маркетинговых стратегий и их характеристикой:
- 50) Сущность формирования товарной политики заключается в ...
- 51) Диффузионный процесс заключается в...
- 52) Для стадии внедрения товара характерно (выберите три ответа)
- 53) В процессе тестирования упаковки обследуются следующие характеристики (выберите три ответа):
- 54) Ограниченный период пребывания товара на рынке называется...
- 55) Установите соответствие между функциями цены в маркетинге и их детальной характеристикой:
- 56) Сущность анализа цен конкурентов заключается в ...
- 57) Ценовая политика предприятия представляет собой ...
- 58) Правильное ценообразование должно учитывать три фактора (выберите три ответа):
- 59) Ценность продукта или услуги заключается в...
- 60) Основной целью распределения (товародвижения) является ...
- 61) К маркетинговым решениям, которые принимаются при стратегии распределения товара, относятся (выберите четыре ответа):





- 62) Мероприятия по формированию спроса направлены на (выберите один ответ):
- 63) Установите соответствие между функциями маркетинговых коммуникаций и их детальной характеристикой:
- 64) Маркетинговые коммуникации представляют собой (укажите один ответ):
- 65) Сегодня мы читаем и слышим много рекламных сообщений. Вот несколько примеров. Реклама ювелирных изделий: «Стремление быть в авангарде моды находит отражение во всех наших коллекциях». Реклама охранной сигнализации: «За сколько секунд вы наберете 02?». Реклама детского пансионата: «Мы знаем, что нам здесь понравится». Реклама образовательного центра: «У нас для вас три новости: одна плохая и две хорошие. Плохая новость: английский язык учить надо. Хорошая новость № 1: выучить английский язык можно просто. Хорошая новость № 2: воспользуйтесь бесплатным уроком». Какие мотивы использованы в представленных рекламных сообщениях?
- 66) Филип Котлер придумал модель ...
- 67) Установите соответствие между стадиями жизненного цикла товара и характеристиками типа покупателей на каждой из этих стадий:
- 68) Установите правильную последовательность этапов стратегического маркетингового анализа:

