



Маркетинг и реклама технологического стартап-проекта.фтехп_СПО_н/с

- 1 ... – это комплекс мероприятий для продвижения бизнеса и увеличения продаж в оффлайн- и онлайн- среде.
- 2 Какие задачи определяют снижение себестоимости продукции и повышение рентабельности бизнеса?
- 3 Что позволяет малому и среднему бизнесу подстраиваться под изменения рыночной ситуации и внешних обстоятельств?
- 4 ... - это ключевые показатели эффективности для оценки результата проделанной работы.
- 5 Что позволяет определить цель маркетинговой стратегии?
- 6 Какие задачи определяют разработку и выпуск нового продукта?
- 7 Какие задачи влияют на повышение эффективности управления кадрами?
- 8 Что позволяет определить ключевые показатели эффективности в компании?
- 9 Какие стратегии маркетинга определяют расширение или репрофилирование компаний?
- 10 Какие задачи определяют рост количества клиентов?
- 11 Какой вид маркетинговой стратегии позволяет выпустить продукты, отличающиеся от конкурентов по потребительским свойствам?
- 12 Какую цель достигает создающая новый рынок компания?
- 13 Какая концепция предполагает поиск свободных сегментов рынка?
- 14 Какой вид маркетинговой стратегии определяет безусловное лидерство в узкой нише?
- 15 Какой процесс необходим для принятия решений о товарной матрице и позиционировании?
- 16 ... - это инструмент стратегического планирования для выявления сильных и слабых сторон команды.





- 17) Какой процесс определяет степень влияния факторов на деятельность команды?
- 18) Что является аналитическим процессом разработки маркетинговой стратегии?
- 19) ... - это инструмент анализа внешней среды и проведения эффективного стратегического планирования.
- 20) Какие факторы влияют на демографические тенденции и культурные особенности?
- 21) Представьте ситуацию, где компания создает лимитированную коллекцию товаров, доступную только по программе лояльности. Клиенты получают привилегию приобретения товаров в ограниченном количестве, что создает эффект эксклюзивности и дефицита. Какую стратегию применила компания, чтобы отличаться от конкурентов и создать дополнительную ценность для клиентов?
- 22) Рассмотрим пример компании «Яндекс», которая специализируется на разработке программного обеспечения и онлайн-сервисов. Компания инвестирует в исследования, создает новые технологии и дизайн-решения, которые отвечают потребностям и предпочтениям пользователей. Какой вид маркетинговой стратегии обеспечил доминирующее положение компании на российском рынке?
- 23) Какое планирование маркетинга предполагает реализацию ближайших целей компании?
- 24) ... - это активный поиск и информирование потенциальных покупателей.
- 25) Какие принципы формируют спрос на имеющуюся номенклатуру продукции предприятия?
- 26) Какой максимальный срок в разработке тактического плана?
- 27) Какой документ содержит точное определение сотрудников и установленный промежуток времени?
- 28) Какой процесс является основой разработки этапов планирования?
- 29) Какой процесс определяет последовательность действий для реализации комплекса мероприятий?
- 30) Что не относится к этапам планирования тактического маркетинга?





- 31) Что является главной задачей тактического маркетинга?
- 32) На что влияет тактический маркетинг при достижении планируемых объемов продаж по программе физического распространения товара?
- 33) Какой инструмент отвечает за систему поставок и распространение продукции?
- 34) Что позволяет получить информацию о потребностях и поведении потребителей?
- 35) Какой метод анкетирования проводится по месту жительства или работы для совершения беседы?
- 36) Какие виды вопросов применяются для анкетирования потребителей?
- 37) Что не относится к задачам тактического маркетинга?
- 38) Какой этап маркетинговых исследований оказывает влияние на анкетирование потребителей?
- 39) ... - это сумма затрат на производство и сбыт продукции.
- 40) ... - это графическое представление сильных конкурентных сторон продукта.
- 41) Какой метод анкетирования проводится с использованием специальных сервисов и платформ?
- 42) Какой инструмент отвечает за формы коммуникации и формирование общественного восприятия продукта?
- 43) Представьте ситуацию, где компания запускает новую линейку беговых кроссовок. Покупатели, которые приобретут новые кроссовки, получат бесплатную индивидуальную тренировку от профессионального тренера. Какой вид маркетинга позволит привлечь целевую аудиторию и увеличить продажи новой линейки товаров?
- 44) Представьте ситуацию, где компания запускает новый продукт на рынок и хочет определить потенциальный спрос. Планируется оценить размер целевой аудитории и узнать важные характеристики продукта для потребителей. Какой способ поможет компании получить ценную обратную связь от аудитории и принять обоснованные решения по разработке и продвижению нового продукта на рынке?





- 45 ... – это плавный переход от одного этапа жизненного цикла принятия технологии к другому.
- 46 Какая задача является первостепенной на этапе поиска инновации?
- 47 Какой результат отражает развитие покупательских привычек относительно новых технологий?
- 48 ... – это степень готовности организации выполнить задачи, обеспечивающие достижение инновационной цели.
- 49 Что не является частью создания стратегии хайтек-маркетинга?
- 50 Какие организации способствуют продвижению хайтек-продукции?
- 51 Какой способ позволяет поддерживать взаимодействие с клиентами через персональные устройства?
- 52 ... - это количество посетителей, которые попадают на сайт или лендинг из результатов поисковой выдачи.
- 53 Какое содержание сайта создает доверие к продукту и повышет рейтинг в поисковой выдаче?
- 54 Какой инструмент позволяет заказчику получать трафик с рекламных объявлений?
- 55 ... - это способ получения трафика аудитории через социальные сети.
- 56 Какой инструмент способствует управлению распространением информации через электронные и традиционные средства массовой информации?
- 57 Какую последовательность этапов проходит новый продукт с момента появления на рынке?
- 58 ... - это предоставление сервисных услуг клиентам до, во время и после приобретения продукта.
- 59 Какой этап жизненного цикла определяет широкое распространение продукта и стабилизацию количества потребителей?
- 60 Какой инструмент позволяет масштабировать и отключать рекламные кампании?
- 61 ... - это аспект взаимодействия человека с продуктом через интерфейс, графику и дизайн.





- 62) Какой инструмент позволяет управлять маркетинговыми процессами, оптимизацией ресурсов и увеличением эффективности выполняемых работ?
- 63) ... - это процесс наполнения медийного пространства информацией о продукте с целью привлечения внимания аудитории.
- 64) Какую структуру необходимо построить для максимального вовлечения пользователя и совершения целевого действия?
- 65) Рассмотрим пример интернет-магазина, который принимает решение о запуске рекламной кампании. Проводится создание рекламных объявлений и компания начинает платить за каждый переход пользователя на их сайт. Какой инструмент был применен для привлечения новых клиентов и увеличения продаж интернет-магазина?
- 66) Представьте ситуацию, где компания занимается производством органических продуктов и планирует увеличить количество потребителей. Достижение цели требует создания контента, информирующего о пользе органических продуктов для здоровья людей, и проведения опроса с добавлением бонусов и скидок на продукцию компании. Какой способ выбрала компания для привлечения новых клиентов и формирования позитивного общественного мнения о своем бренде и продукции?
- 67) ... - это процесс, который способствует установлению связи с целевой аудиторией для передачи информации о конкретном продукте.
- 68) Какое средство передачи сообщения применяется в маркетинговой коммуникации?
- 69) Что является элементом передачи информации или идеи?
- 70) Какой инструмент стимулирования сбыта применяется для бесплатной раздачи образцов товара?
- 71) ... - это элемент, который отвечает за реакцию получателя на сообщение отправителя.
- 72) Какой метод продаж мотивирует клиентов приобретать модернизированные и дорогие товары из одной продуктовой линейки?
- 73) Какой фактор отвечает за стремление к индивидуальному общению с каждым клиентом?
- 74) Какой метод продаж подразумевает приобретение дополняющих товаров или услуг к основной покупке?





- 75) Какой инструмент отвечает за демонстрацию товара в магазине на торговом оборудовании?
- 76) ... – это техника продаж, которая предполагает понижение цены или предоставление выгодных условий для клиента.
- 77) Какие средства определяют взаимодействие с клиентами и предоставление информации о продукте или услуге?
- 78) Какая площадка конвертации позволяет потенциальным клиентам оставить заявку на обратную связь?
- 79) ... - это односторонний сайт, который побуждает посетителя к действию.
- 80) ... – это комплекс мероприятий, направленный на повторное приобретение товаров или услуг постоянными клиентами.
- 81) Какая маркетинговая модель описывает путь клиента от первого знакомства с продуктом до совершения покупки?
- 82) Что отражает внутренние мотивы и потребности человека?
- 83) Какой вид маркетинга отвечает за организацию мероприятий для продвижения продукта и взаимодействия с целевой аудиторией?
- 84) ... – это форма распространения информации для привлечения внимания к объекту.
- 85) Какой фактор отвечает за регулярное отслеживание и анализ эффективности маркетинговых коммуникаций?
- 86) Представьте ситуацию, где владелец сети ресторанов решил увеличить свою прибыль и стать более конкурентоспособным на рынке. Он внедряет систему накопления бонусов за каждую потраченную сумму для того, чтобы посетители использовали персональную карту или мобильное приложение. Какой инструмент применил владелец для привлечения и удержания клиентов?
- 87) Представьте ситуацию, где компания планирует установить контакт с потребителями, укрепить лояльность и увеличить продажи продукции. Маркетинговая стратегия подразумевает раздачу образцов, проведение конкурсов и розыгрыш призов для привлечения внимания к продукту. Какой способ подходит для достижения целей компании?
- 88) ... - это личная коммуникация представителя бизнеса с конечным потребителем.





- 89) Какая деятельность позволяет проводить мероприятия за счет сторонней поддержки?
- 90) Какой комплекс мероприятий стимулирует конечного потребителя на приобретение товара или услуги?
- 91) ... - это действия, которые направлены на продвижение товаров и услуг в Интернете.
- 92) Какая тенденция определяет расширенное влияние рекламы в социальных сетях?
- 93) Какой результат достигается демонстрацией стратегии развития стартапа для установления контактов с бизнес-ангелами?
- 94) Какой контент определяет покупку постов у пользователей с небольшой аудиторией?
- 95) Какая деятельность способствует выделению преимуществ стартапа и предотвращению негативных событий?
- 96) Какой результат достигается привлечением потенциальных клиентов через запоминающийся образ?
- 97) Какая тенденция определяет влияние лидеров мнений на активное потребление?
- 98) Какой этап определяет расходы на оплату труда, исследований и дизайна?
- 99) Какое направление оказывает существенное влияние на контекст и среду ведения бизнеса?
- 100) Какой инструмент позволяет стартапу конкурировать с крупными и устоявшимися компаниями?
- 101) Какой этап определяет расходы на оплату рекламы, рассылок и PR-обмена?
- 102) Какая тенденция влияет на индивидуализацию сообщений для каждого сегмента рынка?
- 103) Что обеспечивает целевой трафик сайта для увеличения охвата аудитории?
- 104) Какая деятельность способствует эффективной передаче невербальных сигналов?
- 105) Какая тенденция определяет возможность проведения мероприятий без финансовых затрат?
- 106) ... - это каналы оперативного распространения информации среди широких масс населения.





- 107) Какая деятельность влияет на создание прозрачной и ответственной системы управления?
- 108) Рассмотрим пример, где предприниматель разрабатывает стартап, основанный на создании инновационного приложения для мобильных устройств. Коммерческий проект требует проведения рекламных кампаний, участие в тематических форумах и разработку контента для социальных сетей. Какое действие приведет к успешному продвижению проекта и привлечению инвесторов?
- 109) Представьте ситуацию, где компания планирует увеличить свою узнаваемость и привлечь новых клиентов. Стратегия продвижения предполагает проведение совместной маркетинговой кампании, включающую создание рекламных роликов. Какой способ продвижения позволит привлечь внимание покупателей и увеличить продажи?
- 110) Какой инструмент отвечает за систему поставок и распространение продукции?
- 111) Что позволяет получить информацию о потребностях и поведении потребителей?
- 112) Какой метод анкетирования проводится по месту жительства или работы для совершения беседы?
- 113) Какие виды вопросов применяются для анкетирования потребителей?
- 114) Что не относится к задачам тактического маркетинга?
- 115) Какой этап маркетинговых исследований оказывает влияние на анкетирование потребителей?
- 116) ... - это сумма затрат на производство и сбыт продукции.
- 117) ... - это графическое представление сильных конкурентных сторон продукта.
- 118) Какой метод анкетирования проводится с использованием специальных сервисов и платформ?
- 119) Какой инструмент отвечает за формы коммуникации и формирование общественного восприятия продукта?
- 120) Какие задачи определяют рост количества клиентов?





- 121 Какой вид маркетинговой стратегии позволяет выпустить продукты, отличающиеся от конкурентов по потребительским свойствам?
- 122 Какую цель достигает создающая новый рынок компания?
- 123 Какая концепция предполагает поиск свободных сегментов рынка?
- 124 Какой вид маркетинговой стратегии определяет безусловное лидерство в узкой нише?
- 125 Какой процесс необходим для принятия решений о товарной матрице и позиционировании?
- 126 ... - это инструмент стратегического планирования для выявления сильных и слабых сторон команды.
- 127 Какой процесс определяет степень влияния факторов на деятельность команды?
- 128 Что является аналитическим процессом разработки маркетинговой стратегии?
- 129 ... - это инструмент анализа внешней среды и проведения эффективного стратегического планирования.
- 130 Какие факторы влияют на демографические тенденции и культурные особенности?
- 131 ... - это способ получения трафика аудитории через социальные сети.
- 132 Какой инструмент способствует управлению распространением информации через электронные и традиционные средства массовой информации?
- 133 Какую последовательность этапов проходит новый продукт с момента появления на рынке?
- 134 ... - это предоставление сервисных услуг клиентам до, во время и после приобретения продукта.
- 135 Какой этап жизненного цикла определяет широкое распространение продукта и стабилизацию количества потребителей?
- 136 Какой инструмент позволяет масштабировать и отключать рекламные кампании?
- 137 ... - это аспект взаимодействия человека с продуктом через интерфейс, графику и дизайн.





- 138 Какой инструмент позволяет управлять маркетинговыми процессами, оптимизацией ресурсов и увеличением эффективности выполняемых работ?
- 139 ... - это процесс наполнения медийного пространства информацией о продукте с целью привлечения внимания аудитории.
- 140 Какую структуру необходимо построить для максимального вовлечения пользователя и совершения целевого действия?
- 141 Какой этап определяет расходы на оплату труда, исследований и дизайна?
- 142 Какое направление оказывает существенное влияние на контекст и среду ведения бизнеса?
- 143 Какой инструмент позволяет стартапу конкурировать с крупными и устоявшимися компаниями?
- 144 Какой этап определяет расходы на оплату рекламы, рассылок и PR-обмена?
- 145 Какая тенденция влияет на индивидуализацию сообщений для каждого сегмента рынка?
- 146 Что обеспечивает целевой трафик сайта для увеличения охвата аудитории?
- 147 Какая деятельность способствует эффективной передаче невербальных сигналов?
- 148 Какая тенденция определяет возможность проведения мероприятий без финансовых затрат?
- 149 ... - это каналы оперативного распространения информации среди широких масс населения.
- 150 Какая деятельность влияет на создание прозрачной и ответственной системы управления?
- 151 Какие средства определяют взаимодействие с клиентами и предоставление информации о продукте или услуге?
- 152 Какая площадка конвертации позволяет потенциальным клиентам оставить заявку на обратную связь?
- 153 ... - это одностраничный сайт, который побуждает посетителя к действию.
- 154 Какой этап определяет закрытие сделки и получение оплаты?





- 155) ... – это комплекс мероприятий, направленный на повторное приобретение товаров или услуг постоянными клиентами.
- 156) Какая маркетинговая модель описывает путь клиента от первого знакомства с продуктом до совершения покупки?
- 157) Что отражает внутренние мотивы и потребности человека?
- 158) Какой вид маркетинга отвечает за организацию мероприятий для продвижения продукта и взаимодействия с целевой аудиторией?
- 159) ... – это форма распространения информации для привлечения внимания к объекту.
- 160) Какой фактор отвечает за регулярное отслеживание и анализ эффективности маркетинговых коммуникаций?
- 161) Какое планирование маркетинга предполагает реализацию ближайших целей компании?
- 162) ... - это активный поиск и информирование потенциальных покупателей.
- 163) Какие принципы формируют спрос на имеющуюся номенклатуру продукции предприятия?
- 164) Какой максимальный срок в разработке тактического плана?
- 165) Какой документ содержит точное определение сотрудников и установленный промежуток времени?
- 166) Какой процесс является основой разработки этапов планирования?
- 167) Какой процесс определяет последовательность действий для реализации комплекса мероприятий?
- 168) Что не относится к этапам планирования тактического маркетинга?
- 169) Что является главной задачей тактического маркетинга?
- 170) На что влияет тактический маркетинг при достижении планируемых объемов продаж по программе физического распространения товара?
- 171) ... – это комплекс мероприятий для продвижения бизнеса и увеличения продаж в офлайн- и онлайн- среде.
- 172) Какие задачи определяют снижение себестоимости продукции и повышение рентабельности бизнеса?





- 173) Что позволяет малому и среднему бизнесу подстраиваться под изменения рыночной ситуации и внешних обстоятельств?
- 174) ... - это ключевые показатели эффективности для оценки результата проделанной работы.
- 175) Что позволяет определить цель маркетинговой стратегии?
- 176) Какие задачи определяют разработку и выпуск нового продукта?
- 177) Какие задачи влияют на повышение эффективности управления кадрами?
- 178) Что позволяет определить ключевые показатели эффективности в компании?
- 179) Какие стратегии маркетинга определяют расширение или репрофилирование компаний?
- 180) ... - это личная коммуникация представителя бизнеса с конечным потребителем.
- 181) Какая деятельность позволяет проводить мероприятия за счет сторонней поддержки?
- 182) Какой комплекс мероприятий стимулирует конечного потребителя на приобретение товара или услуги?
- 183) ... - это действия, которые направлены на продвижение товаров и услуг в Интернете.
- 184) Какая тенденция определяет расширенное влияние рекламы в социальных сетях?
- 185) Какой результат достигается демонстрацией стратегии развития стартапа для установления контактов с бизнес-ангелами?
- 186) Какой контент определяет покупку постов у пользователей с небольшой аудиторией?
- 187) Какая деятельность способствует выделению преимуществ стартапа и предотвращению негативных событий?
- 188) Какой результат достигается привлечением потенциальных клиентов через запоминающийся образ?
- 189) Какая тенденция определяет влияние лидеров мнений на активное потребление?





- 190 ... - это процесс, который способствует установлению связи с целевой аудиторией для передачи информации о конкретном продукте.
- 191 Какое средство передачи сообщения применяется в маркетинговой коммуникации?
- 192 Что является элементом передачи информации или идеи?
- 193 Какой инструмент стимулирования сбыта применяется для бесплатной раздачи образцов товара?
- 194 ... - это элемент, который отвечает за реакцию получателя на сообщение отправителя.
- 195 Какой метод продаж мотивирует клиентов приобретать модернизированные и дорогие товары из одной продуктовой линейки?
- 196 Какой фактор отвечает за стремление к индивидуальному общению с каждым клиентом?
- 197 Какой метод продаж подразумевает приобретение дополняющих товаров или услуг к основной покупке?
- 198 Какой инструмент отвечает за демонстрацию товара в магазине на торговом оборудовании?
- 199 ... - это техника продаж, которая предполагает понижение цены или предоставление выгодных условий для клиента.
- 200 ... - это плавный переход от одного этапа жизненного цикла принятия технологии к другому.
- 201 Какая задача является первостепенной на этапе поиска инновации?
- 202 Какой результат отражает развитие покупательских привычек относительно новых технологий?
- 203 ... - это степень готовности организации выполнить задачи, обеспечивающие достижение инновационной цели.
- 204 Что не является частью создания стратегии хайтек-маркетинга?
- 205 Какие организации способствуют продвижению хайтек-продукции?
- 206 Какой способ позволяет поддерживать взаимодействие с клиентами через персональные устройства?





- 207) ... - это количество посетителей, которые попадают на сайт или лендинг из результатов поисковой выдачи.
- 208) Какое содержание сайта создает доверие к продукту и повышет рейтинг в поисковой выдаче?
- 209) Какой инструмент позволяет заказчику получать трафик с рекламных объявлений?
- 210) Представьте ситуацию, где компания запускает новую линейку беговых кроссовок. Покупатели, которые приобретут новые кроссовки, получат бесплатную индивидуальную тренировку от профессионального тренера. Какой вид маркетинга позволит привлечь целевую аудиторию и увеличить продажи новой линейки товаров?
- 211) Представьте ситуацию, где владелец сети ресторанов решил увеличить свою прибыль и стать более конкурентоспособным на рынке. Он внедряет систему накопления бонусов за каждую потраченную сумму для того, чтобы посетители использовали персональную карту или мобильное приложение. Какой инструмент применил владелец для привлечения и удержания клиентов?
- 212) Рассмотрим пример, где предприниматель разрабатывает стартап, основанный на создании инновационного приложения для мобильных устройств. Коммерческий проект требует проведения рекламных кампаний, участие в тематических форумах и разработку контента для социальных сетей. Какое действие приведет к успешному продвижению проекта и привлечению инвесторов?
- 213) Представьте ситуацию, где компания создает лимитированную коллекцию товаров, доступную только по программе лояльности. Клиенты получают привилегию приобретения товаров в ограниченном количестве, что создает эффект эксклюзивности и дефицита. Какую стратегию применила компания, чтобы отличаться от конкурентов и создать дополнительную ценность для клиентов?
- 214) Рассмотрим пример интернет-магазина, который принимает решение о запуске рекламной кампании. Проводится создание рекламных объявлений и компания начинает платить за каждый переход пользователя на их сайт. Какой инструмент был применен для привлечения новых клиентов и увеличения продаж интернет-магазина?





- 215) Представьте ситуацию, где компания запускает новый продукт на рынок и хочет определить потенциальный спрос. Планируется оценить размер целевой аудитории и узнать важные характеристики продукта для потребителей. Какой способ поможет компании получить ценную обратную связь от аудитории и принять обоснованные решения по разработке и продвижению нового продукта на рынке?
- 216) Представьте ситуацию, где компания планирует установить контакт с потребителями, укрепить лояльность и увеличить продажи продукции. Маркетинговая стратегия подразумевает раздачу образцов, проведение конкурсов и розыгрыш призов для привлечения внимания к продукту. Какой способ подходит для достижения целей компании?
- 217) Рассмотрим пример компании «Яндекс», которая специализируется на разработке программного обеспечения и онлайн-сервисов. Компания инвестирует в исследования, создает новые технологии и дизайн-решения, которые отвечают потребностям и предпочтениям пользователей. Какой вид маркетинговой стратегии обеспечил доминирующее положение компании на российском рынке?
- 218) Представьте ситуацию, где компания планирует увеличить свою узнаваемость и привлечь новых клиентов. Стратегия продвижения предполагает проведение совместной маркетинговой кампании, включающую создание рекламных роликов. Какой способ продвижения позволит привлечь внимание покупателей и увеличить продажи?
- 219) Представьте ситуацию, где компания занимается производством органических продуктов и планирует увеличить количество потребителей. Достижение цели требует создания контента, информирующего о пользе органических продуктов для здоровья людей, и проведения опроса с добавлением бонусов и скидок на продукцию компании. Какой способ выбрала компания для привлечения новых клиентов и формирования позитивного общественного мнения о своем бренде и продукции?

