



Маркетинг прикладного ПО.э

- 1 Цель стратегического планирования состоит в ...
- 2 Информационная система, создаваемая специализированной фирмой-производителем для продажи на рынке, является...информационной системой
- 3 Информационная система, создаваемая специализированной фирмой-производителем по заказу фирмы-потребителя, является ... информационной системой
- 4 Стратегическое планирование информационной системы – это деятельность ...
- 5 На фирме – производителе информационных систем IT-менеджер ...
- 6 На фирме-производителе информационных систем IT-менеджер ...
- 7 Специалист, знающий рынок информационных технологий и информационных систем, понимающий потребности компании – потребителя ИТ и ИС и занимающийся продвижением ИТ и ИС компании – это ...
- 8 Любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг, которую заказывает и финансирует определенный спонсор, – это ...
- 9 Компания, которая предоставляет своим клиентам полный спектр услуг по созданию комплексных информационных систем для всех сфер деятельности и ориентируется на развитие бизнеса заказчика, – ...
- 10 Единовременные побудительные меры, поощряющие приобретение тех или иных товаров и услуг, – это ...
- 11 Основным инструментом стратегического контроля служит ...
- 12 Компания, являющаяся мировым лидером в области ИТ-консалтинга и аналитических исследований информационных технологий, – ...
- 13 Использование различных средств коммуникации для непосредственного общения с покупателями, рассчитанных на получение определенной реакции, – это ...





- 14) Представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами, – это ...
- 15) Направления деятельности или товары с низкой скоростью роста и небольшой долей рынка – это ...
- 16) Направления деятельности или товары, рынок которых стремительно растет, а доля рынка велика, – это ...
- 17) Направления деятельности или товары, темпы роста рынка которых стабильны, а доля рынка велика, – это ...
- 18) Направления деятельности или товары, имеющие небольшую долю быстрорастущих рынков, – это ...
- 19) Целью обучающего консультирования является ...
- 20) Направление деятельности ИТ-компании, имеющее собственные миссию и глобальные цели, планирование которого осуществляется независимо от других подразделений ИТ-компании, – это ...
- 21) Набор видов деятельности и товаров, который определяет профиль ИТ-компании, – это ...
- 22) Специфическим сочетанием средств рекламы, личной продажи, стимулирования сбыта, связей с общественностью и инструментов прямого маркетинга является ...
- 23) Соотношение между преимуществами, которые потребитель получает в результате приобретения и использования информационных технологий и информационных систем, и затратами на их приобретение – это ...
- 24) Совокупность свойств и характеристик информационных систем и ИТ-услуг, благодаря которым ИС и ИТ-услуги способны удовлетворять нужды компании – потребителя ИС, – это ...
- 25) Маркетинг информационных технологий и информационных систем подразумевает ...
- 26) К методам расчета бюджета рекламной компании относится ...
- 27) К методам расчета бюджета рекламной компании относится ...
- 28) К методам расчета бюджета рекламной компании относится ...





- 29 К методам расчета бюджета рекламной компании относится ...
- 30 Действия ИТ-компании по предложению информационных систем целевым потребителям – это ...
- 31 Действия, с помощью которых ИТ-компании распространяют сведения о достоинствах товара и убеждают целевых потребителей покупать его, – это ...
- 32 Общий план маркетинговых мероприятий, с помощью которых ИТ-компания рассчитывает достичь своих маркетинговых целей, – это ...
- 33 Представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами, – это ...
- 34 Маркетинговая деятельность производителя информационных технологий и информационных систем (прежде всего реклама и стимулирование потребителей), ориентированная на конечных потребителей, побуждающая их совершать покупки, – это ...
- 35 Стратегия комплекса продвижения информационных технологий и информационных систем, которая включает в себя «проталкивание» ИТ и ИС по каналам дистрибьюторов к конечным потребителям, – это ...
- 36 Этапом стратегического планирования на уровне подразделений, товаров и рынков является ...
- 37 Заявление о цели ИТ-компании, чего она хочет достичь в области информационных технологий и информационных систем, – это ...
- 38 Анализ, планирование, реализация и контроль программ, направленных на создание, поддержание и расширение выгодных отношений с целевыми компаниями-покупателями информационных технологий и информационных систем для достижения целей ИТ-компании, составляют ...
- 39 Воздействие на уровень и характер спроса, на его распределение во времени с помощью методов, которые помогают ИТ-компаниям достигать своих глобальных целей, представляет ...
- 40 Концепция ... предполагает, что достижение компанией своих целей зависит от определения нужд и запросов целевого рынка, а также от более эффективного по сравнению с компаниями-конкурентами удовлетворения потребителей





- 41) Концепция ... предполагает, что потребитель отдаст предпочтение тем товарам, которые широко распространены и доступны по цене
- 42) Концепция ... заключается в том, что потребитель отдаст предпочтение товару, который воплощает высший уровень качества, максимальную производительность и новые возможности
- 43) Концепция ... основана на том, что потребители не будут покупать товар, производимый данной компанией, если не предпринять специальных мер по продвижению товара на рынок и широкомасштабной продаже
- 44) Поиск способов оптимального распределения сил ИТ-компании для использования в своих интересах наиболее привлекательных возможностей маркетинговой среды является ...
- 45) Потребности в информационных технологиях и информационных системах, подкрепленные покупательной способностью, представляют собой ...
- 46) Потенциальные клиенты ИТ-компаний – это ...
- 47) Информационные технологии и информационные системы, способные удовлетворить нужды компании-потребителя ИС, – это ...
- 48) К наиболее существенным внешним факторам, влияющим на маркетинговую стратегию фирмы на рынке программ, относится ...
- 49) К наиболее существенным внешним факторам, влияющим на маркетинговую стратегию фирмы на рынке программ, относится ...
- 50) Неопределенность по каждому сегменту рынка информационных технологий и информационных систем, можно учесть при помощи ...
- 51) ИТ-консалтинг включает такую услугу, как ...
- 52) Массовый маркетинг – это ...
- 53) Ниша на рынке информационных технологий и информационных систем означает ...
- 54) Сегменты рынка информационных технологий и информационных систем– это ...
- 55) Всеобъемлющее, систематическое, независимое и регулярное изучение среды, целей, стратегий и деятельности – это ...





- 56 Стратегический контроль маркетинга подразумевает ...
- 57 Оперативный контроль маркетинга подразумевает ...
- 58 Маркетинговый аудит – это ...
- 59 Контроль маркетинга означает ...
- 60 Организация маркетинга по географическому принципу означает, что ...
- 61 Организация маркетинга по функциональному принципу означает, что ...
- 62 Оценка эффективности использования информационных систем представляет собой ...
- 63 ИТ-аутсорсинг предполагает ...
- 64 Функция отдела связей с общественностью, заключающаяся в поддержке отношений с акционерами и другими субъектами финансового рынка, – это ...
- 65 Функция отдела связей с общественностью, заключающаяся в сотрудничестве с представителями законодательной и исполнительной власти для влияния на процессы принятия законов и претворения их в жизнь, – это ...
- 66 Функция отдела связей с общественностью, заключающаяся в формировании и поддержке взаимоотношений с общественностью в местном или общенациональном масштабе, – это ...
- 67 HR-консалтинг позволяет ...
- 68 Логистический консалтинг заключается в том, чтобы ...
- 69 Моделированием деятельности предприятий и холдинговых структур занимается ...
- 70 Планированием основного производства занимается ...
- 71 Цель стратегического планирования состоит в ...
- 72 Информационная система, создаваемая специализированной фирмой-производителем для продажи на рынке, является...информационной системой



- 73 Информационная система, создаваемая специализированной фирмой-производителем по заказу фирмы-потребителя, является ... информационной системой
- 74 Стратегическое планирование информационной системы – это деятельность ...
- 75 На фирме – производителе информационных систем IT-менеджер ...
- 76 На фирме-производителе информационных систем IT-менеджер ...
- 77 Специалист, знающий рынок информационных технологий и информационных систем, понимающий потребности компании – потребителя IT и ИС и занимающийся продвижением IT и ИС компании – это ...
- 78 Любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг, которую заказывает и финансирует определенный спонсор, – это ...
- 79 Компания, которая предоставляет своим клиентам полный спектр услуг по созданию комплексных информационных систем для всех сфер деятельности и ориентируется на развитие бизнеса заказчика, – ...
- 80 Единовременные побудительные меры, поощряющие приобретение тех или иных товаров и услуг, – это ...
- 81 Основным инструментом стратегического контроля служит ...
- 82 Компания, являющаяся мировым лидером в области IT-консалтинга и аналитических исследований информационных технологий, – ...
- 83 Использование различных средств коммуникации для непосредственного общения с покупателями, рассчитанных на получение определенной реакции, – это ...
- 84 Представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами, – это ...
- 85 Направления деятельности или товары с низкой скоростью роста и небольшой долей рынка – это ...
- 86 Направления деятельности или товары, рынок которых стремительно растет, а доля рынка велика, – это ...





- 87) Направления деятельности или товары, темпы роста рынка которых стабильны, а доля рынка велика, – это ...
- 88) Направления деятельности или товары, имеющие небольшую долю быстрорастущих рынков, – это ...
- 89) Целью обучающего консультирования является ...
- 90) Направление деятельности ИТ-компании, имеющее собственные миссию и глобальные цели, планирование которого осуществляется независимо от других подразделений ИТ-компании, – это ...
- 91) Набор видов деятельности и товаров, который определяет профиль ИТ-компании, – это ...
- 92) Специфическим сочетанием средств рекламы, личной продажи, стимулирования сбыта, связей с общественностью и инструментов прямого маркетинга является ...
- 93) Соотношение между преимуществами, которые потребитель получает в результате приобретения и использования информационных технологий и информационных систем, и затратами на их приобретение – это ...
- 94) Совокупность свойств и характеристик информационных систем и ИТ-услуг, благодаря которым ИС и ИТ-услуги способны удовлетворять нужды компании – потребителя ИС, – это ...
- 95) Маркетинг информационных технологий и информационных систем подразумевает ...
- 96) К методам расчета бюджета рекламной компании относится ...
- 97) К методам расчета бюджета рекламной компании относится ...
- 98) К методам расчета бюджета рекламной компании относится ...
- 99) К методам расчета бюджета рекламной компании относится ...
- 100) Действия ИТ-компании по предложению информационных систем целевым потребителям – это ...
- 101) Действия, с помощью которых ИТ-компании распространяют сведения о достоинствах товара и убеждают целевых потребителей покупать его, – это ...





- 102) Общий план маркетинговых мероприятий, с помощью которых ИТ-компания рассчитывает достичь своих маркетинговых целей, – это ...
- 103) Представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами, – это ...
- 104) Маркетинговая деятельность производителя информационных технологий и информационных систем (прежде всего реклама и стимулирование потребителей), ориентированная на конечных потребителей, побуждающая их совершать покупки, – это ...
- 105) Стратегия комплекса продвижения информационных технологий и информационных систем, которая включает в себя «проталкивание» ИТ и ИС по каналам дистрибьюторов к конечным потребителям, – это ...
- 106) Этапом стратегического планирования на уровне подразделений, товаров и рынков является ...
- 107) Заявление о цели ИТ-компания, чего она хочет достичь в области информационных технологий и информационных систем, – это ...
- 108) Анализ, планирование, реализация и контроль программ, направленных на создание, поддержание и расширение выгодных отношений с целевыми компаниями-покупателями информационных технологий и информационных систем для достижения целей ИТ-компания, составляют ...
- 109) Воздействие на уровень и характер спроса, на его распределение во времени с помощью методов, которые помогают ИТ-компаниям достигать своих глобальных целей, представляет ...
- 110) Концепция ... предполагает, что достижение компанией своих целей зависит от определения нужд и запросов целевого рынка, а также от более эффективного по сравнению с компаниями-конкурентами удовлетворения потребителей
- 111) Концепция ... предполагает, что потребитель отдаст предпочтение тем товарам, которые широко распространены и доступны по цене
- 112) Концепция ... заключается в том, что потребитель отдаст предпочтение товару, который воплощает высший уровень качества, максимальную производительность и новые возможности





- 113) Концепция ... основана на том, что потребители не будут покупать товар, производимый данной компанией, если не предпринять специальных мер по продвижению товара на рынок и широкомасштабной продаже
- 114) Поиск способов оптимального распределения сил ИТ-компания для использования в своих интересах наиболее привлекательных возможностей маркетинговой среды является ...
- 115) Потребности в информационных технологиях и информационных системах, подкрепленные покупательной способностью, представляют собой ...
- 116) Потенциальные клиенты ИТ-компаний – это ...
- 117) Информационные технологии и информационные системы, способные удовлетворить нужды компании-потребителя ИС, – это ...
- 118) К наиболее существенным внешним факторам, влияющим на маркетинговую стратегию фирмы на рынке программ, относится ...
- 119) К наиболее существенным внешним факторам, влияющим на маркетинговую стратегию фирмы на рынке программ, относится ...
- 120) Неопределенность по каждому сегменту рынка информационных технологий и информационных систем, можно учесть при помощи ...
- 121) ИТ-консалтинг включает такую услугу, как ...
- 122) Массовый маркетинг – это ...
- 123) Ниша на рынке информационных технологий и информационных систем означает ...
- 124) Сегменты рынка информационных технологий и информационных систем– это ...
- 125) Всеобъемлющее, систематическое, независимое и регулярное изучение среды, целей, стратегий и деятельности – это ...
- 126) Стратегический контроль маркетинга подразумевает ...
- 127) Оперативный контроль маркетинга подразумевает ...
- 128) Маркетинговый аудит – это ...





- 129 Контроль маркетинга означает ...
- 130 Организация маркетинга по географическому принципу означает, что ...
- 131 Организация маркетинга по функциональному принципу означает, что ...
- 132 Оценка эффективности использования информационных систем представляет собой ...
- 133 ИТ-аутсорсинг предполагает ...
- 134 Функция отдела связей с общественностью, заключающаяся в поддержке отношений с акционерами и другими субъектами финансового рынка, – это ...
- 135 Функция отдела связей с общественностью, заключающаяся в сотрудничестве с представителями законодательной и исполнительной власти для влияния на процессы принятия законов и претворения их в жизнь, – это ...
- 136 Функция отдела связей с общественностью, заключающаяся в формировании и поддержке взаимоотношений с общественностью в местном или общенациональном масштабе, – это ...
- 137 HR-консалтинг позволяет ...
- 138 Логистический консалтинг заключается в том, чтобы ...
- 139 Моделированием деятельности предприятий и холдинговых структур занимается ...
- 140 Планированием основного производства занимается ...

