



## Маркетинг услуг

- 1 К особенностям рынка услуг можно отнести ...
- 2 Ведущая экономическая функция рынка услуг состоит ...
- 3 К числу общих функций рынка услуг можно отнести ...
- 4 Такое понятие, как ..., по сути своей сводится к отсутствию явных рыночных лидеров национального масштаба, когда все рынки локальны и высокосегментированы
- 5 Формирование взаимоотношений с потребителями (заказчиками) в сервисных компаниях должно осуществляться с учетом ...
- 6 В маркетинге наиболее значимой и часто встречающейся является сегментация ...
- 7 Актуальность сегментации по демографическому принципу заключается в том, что ...
- 8 Основными критериями, важными для сегментации по психографическому признаку, являются ...
- 9 Сегментирование – это ...
- 10 Обслуживание бытовых нужд населения – это ...
- 11 Сервисные услуги подразделяют на...
- 12 Обслуживание и ремонт осуществляется бесплатно при ... сервисе
- 13 При оформлении инструкции по эксплуатации товара нужно учитывать, что наиболее эффективно воспринимается содержащаяся в ней информация, а число практических ошибок уменьшается как минимум на 15–20 %, когда ...
- 14 В России значение транспортного маркетинга выше, чем в других странах, что объясняется ...
- 15 В треугольной модели маркетинга услуг Котлера (см. рис.) недостающей категорией является «...»
- 16 В трехмерной модели сущности услуги (см. рис.) недостающей категорией является «...»





- 17) Неверно, что ... имеет отношение к концепции 7P маркетинга услуг
- 18) На схеме концепции восприятия комплекса маркетинга услуг недостающей категорией является «...»
- 19) На схеме расширенного маркетинг-микс для услуг недостающей категорией является «...»
- 20) На схеме отображена ... оргструктура маркетинговой службы
- 21) На схеме маркетинговой системы компании недостающей категорией является «...»
- 22) На схеме маркетинговой информационной системы компании пропущена подсистема ...
- 23) На схеме организационной структуры службы маркетинга крупной сервисной компании недостающей категорией является «...»
- 24) На схеме (воронка продаж услуг компании, по модели AIDA) недостающей категорией является «...»
- 25) На схеме, которая отражает факторы, влияющие на формирование потоков клиентов, недостающей категорией является «...»
- 26) На схеме, которая отражает элементы процесса коммуникации (классическая модель), недостающей категорией является «...»
- 27) Критерии модели VIPS: ...
- 28) Среднее количество контактов рекламной кампании среди людей, охваченных этой кампанией, обозначается как ...
- 29) Количество контактов с многократно размещенным рекламным обращением обозначается как ...
- 30) Приведенная стоимость первичного клиента, с которым достигнуты договоренности о первичной встрече, находится как отношение суммы затраченных на проведение рекламных мероприятий средств ( $\Sigma$ РК) к общему количеству
- 31) Показатель GRP, рассчитанный для определенной целевой группы рекламного воздействия, – это ...
- 32) Реальное количество или доля людей, видевших хотя бы один выпуск регулярной телепрограммы в течение некоторого отрезка времени или видевших рекламный ролик хотя бы один раз за время рекламной кампании, – это ...
- 33) Стоимость тысячи рекламных контактов ...





- 34) Количество контактов с многократно размещенным рекламным обращением – это ...
- 35) Первый шаг в процессе ценообразования начинается ...
- 36) Сочетание «низкая воспринимаемая ценность – высокая запрашиваемая цена» порождает
- 37) Стратегия ... заключается в установлении высокой цены на товар, что позволяет установить высокую удельную маржу (наценку) и быстро получить прибыль, имея при этом в виду постепенное снижение отпускной цены и расширение товара на следующих этапах
- 38) Участники канала сбыта как фактор ценообразования относятся к ... факторам ценообразования
- 39) Прием, предполагающий установление таких цен, как, например, 199 руб. или 59,5 руб., называется ... ценой
- 40) Такой этап жизненного цикла товара, как ..., характеризуется слабым сбытом, покупателями-новаторами, незначительным количеством конкурентов и большими затратами на маркетинг
- 41) Когда спрос на товар является отрицательным, необходимо использовать ...
- 42) Такой этап жизненного цикла товара, как ..., характеризуется максимальными объемами продаж
- 43) Компания предлагает свой комплекс маркетинга на множество сегментов в случае применения стратегии ... маркетинга
- 44) К особенностям рынка услуг можно отнести ...
- 45) Ведущая экономическая функция рынка услуг состоит ...
- 46) К числу общих функций рынка услуг можно отнести ...
- 47) Такое понятие, как ..., по сути своей сводится к отсутствию явных рыночных лидеров национального масштаба, когда все рынки локальны и высокосегментированы
- 48) Формирование взаимоотношений с потребителями (заказчиками) в сервисных компаниях должно осуществляться с учетом ...
- 49) В маркетинге наиболее значимой и часто встречающейся является сегментация ...





- 50) Актуальность сегментации по демографическому принципу заключается в том, что ...
- 51) Основными критериями, важными для сегментации по психографическому признаку, являются ...
- 52) Сегментирование – это ...
- 53) Обслуживание бытовых нужд населения – это ...
- 54) Сервисные услуги подразделяют на...
- 55) Обслуживание и ремонт осуществляется бесплатно при ... сервисе
- 56) При оформлении инструкции по эксплуатации товара нужно учитывать, что наиболее эффективно воспринимается содержащаяся в ней информация, а число практических ошибок уменьшается как минимум на 15–20 %, когда ...
- 57) В России значение транспортного маркетинга выше, чем в других странах, что объясняется ...
- 58) В треугольной модели маркетинга услуг Котлера (см. рис.) недостающей категорией является «...»
- 59) В трехмерной модели сущности услуги (см. рис.) недостающей категорией является «...»
- 60) Неверно, что ... имеет отношение к концепции 7P маркетинга услуг
- 61) На схеме концепции восприятия комплекса маркетинга услуг недостающей категорией является «...»
- 62) На схеме расширенного маркетинг-микс для услуг недостающей категорией является «...»
- 63) На схеме отображена ... оргструктура маркетинговой службы
- 64) На схеме маркетинговой системы компании недостающей категорией является «...»
- 65) На схеме маркетинговой информационной системы компании пропущена подсистема ...
- 66) На схеме организационной структуры службы маркетинга крупной сервисной компании недостающей категорией является «...»
- 67) На схеме (воронка продаж услуг компании, по модели AIDA) недостающей категорией является «...»





- 68) На схеме, которая отражает факторы, влияющие на формирование потоков клиентов, недостающей категорией является «...»
- 69) На схеме, которая отражает элементы процесса коммуникации (классическая модель), недостающей категорией является «...»
- 70) Критерии модели VIPS: ...
- 71) Среднее количество контактов рекламной кампании среди людей, охваченных этой кампанией, обозначается как ...
- 72) Количество контактов с многократно размещенным рекламным обращением обозначается как ...
- 73) Приведенная стоимость первичного клиента, с которым достигнуты договоренности о первичной встрече, находится как отношение суммы затраченных на проведение рекламных мероприятий средств ( $\Sigma$ РК) к общему количеству
- 74) Показатель GRP, рассчитанный для определенной целевой группы рекламного воздействия, – это ...
- 75) Реальное количество или доля людей, видевших хотя бы один выпуск регулярной телепрограммы в течение некоторого отрезка времени или видевших рекламный ролик хотя бы один раз за время рекламной кампании, – это ...
- 76) Стоимость тысячи рекламных контактов ...
- 77) Количество контактов с многократно размещенным рекламным обращением – это ...
- 78) Первый шаг в процессе ценообразования начинается ...
- 79) Сочетание «низкая воспринимаемая ценность – высокая запрашиваемая цена» порождает
- 80) Стратегия ... заключается в установлении высокой цены на товар, что позволяет установить высокую удельную маржу (наценку) и быстро получить прибыль, имея при этом в виду постепенное снижение отпускной цены и расширение товара на следующих этапах
- 81) Участники канала сбыта как фактор ценообразования относятся к ... факторам ценообразования
- 82) Прием, предполагающий установление таких цен, как, например, 199 руб. или 59,5 руб., называется ... ценой





- 83) Такой этап жизненного цикла товара, как ..., характеризуется слабым сбытом, покупателями-новаторами, незначительным количеством конкурентов и большими затратами на маркетинг
- 84) Когда спрос на товар является отрицательным, необходимо использовать ...
- 85) Такой этап жизненного цикла товара, как ..., характеризуется максимальными объемами продаж
- 86) Компания предлагает свой комплекс маркетинга на множество сегментов в случае применения стратегии ... маркетинга

