



Маркетинг.(2)

- 1 Маркетинговый цикл ...
- 2 Маркетинговое исследование ограничиться сбором и обработкой маркетинговой информации ...
- 3 Порядок этапов плана маркетинговых исследований: ...
- 4 В маркетинговом исследовании матричный принцип организации отличается от функционального ...
- 5 Отличие методологии формализованного маркетингового исследования от неформализованных методов исследования заключается в том, что ...
- 6 Достоверность маркетингового исследования обеспечивается ...
- 7 Маркетинговое исследование, имеющее своей целью выявление и моделирование взаимосвязей с факторами окружающей среды данной фирмы, относится к ... типу
- 8 Мониторинг в маркетинге – это ...
- 9 Анкетирование – это ...
- 10 Маркетинговое исследование – это ...
- 11 Товар в маркетинге – это все, что ...
- 12 Конкретное воплощение товара, которое характеризуется индивидуальными размерами, ценой и другими индивидуальными характеристиками, называется в маркетинге ...
- 13 Главное отличие между потребительскими товарами и товарами производственного назначения основано на различиях ...
- 14 Цена в маркетинге – это ...
- 15 Неверно, что при рассмотрении структуры цены ее элемент – это ...
- 16 Цена, публикуемая в прейскурантах и справочниках, является ...
- 17 Под каналом распределения понимают ...



- 18) Любое промежуточное звено между производителем и потребителем – это ...
- 19) Неверно, что ... можно отнести к инструментам комплекса продвижения
- 20) Реклама – это ... коммуникация

