



Маркетинг.dor_БАК(1/3)_РиСО_230327

- 1 Установите соответствие между концепциями маркетинга и их характеристикой:
- 2 Для анализа положения компании на рынке используется ...
- 3 Все маркетинговые цели в компании можно дифференцировать на три основные группы, в числе которых – ... (укажите 3 варианта ответа)
- 4 Установите соответствие между концепциями маркетинга и их характеристикой:
- 5 Потенциал компании, ее производственные и маркетинговые возможности относится к ... среде компании
- 6 Установите соответствие между терминами и их определениями
- 7 Согласно ... концепции, цель маркетинга – создание, распространение и продвижение товара с более высокой ценностью для выбранных целевых рынков более эффективными, чем у конкурентов способами
- 8 Установите соответствие между факторами макросреды и их характеристикой:
- 9 Установите хронологическую последовательность этапов развития маркетинга:
- 10 В развитии маркетинга можно выделить ...
- 11 Сущность маркетинга наиболее полно отражает цели (укажите 3 верных ответа):
- 12 К аналитическим функциям маркетинга относят ... (укажите 2 варианта ответа)
- 13 Выбор и управление каналами распределения, планирование и контроль физического распределения, складирование, упаковка и транспортировка продукции относятся к ... функции маркетинга
- 14 Все то, что можно предложить на рынке для приобретения, использования или потребления с целью удовлетворения определенных потребностей, называется ...
- 15 Концепцию маркетинга можно определить, как ...





- 16) Неверно, что условием обмена является условие, согласно которому ...
- 17) Концепция сбыта, рекламы и продвижения в эволюции концепций управления бизнесов является
- 18) Экономические отношения – это ...
- 19) Фамилия ученого, который писал в своем труде: «У производителя нет большей заботы, чем удовлетворение запросов потребителей», – ...
- 20) К факторам микросреды компании относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 21) Университет, расположенный в центре 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?
- 22) Установите соответствие между видами наблюдения и их характеристикой:
- 23) Каузальными называются исследования, ...
- 24) К объектам маркетинговых исследований относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 25) К видам маркетинговых исследований относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 26) Систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространение и использование информации для оценки маркетинговых возможностей, – это ... исследование
- 27) Установите последовательность шагов алгоритма принятия решений в маркетинге:
- 28) Совокупность факторов, тесно связанных с организацией и воздействующих на ее способность обслуживать, – это ... или среда прямого воздействия
- 29) К источникам внутренней вторичной информации относят ... (укажите 2 варианта ответа)
- 30) Повторяющийся сбор данных у одной группы опрашиваемых через равные промежутки времени – это ... исследование





- 31) К источникам внешней вторичной информации относят ... (укажите 4 варианта ответа)
- 32) К основным признакам панельных исследований относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 33) Типовые методы сбора ... информации включают телефонные, почтовые, письменные, устные и интернет-опросы и персональные интервью
- 34) Согласно Ф. Котлеру, видовые ... – это товары, которые могут удовлетворить одну потребность и отличаются, по крайней мере, одним параметром
- 35) Совокупность факторов, влияющих на покупательную способность населения и структуру потребления, – это ... среда
- 36) Метод наблюдения – это ...
- 37) В большей степени анкетирование относится к ...
- 38) Метод ... – это форма маркетинговых исследований, с помощью которых осуществляется систематическое, планомерное изучение поведения того или иного объекта или субъекта
- 39) Основная задача проекционных методов состоит в ...
- 40) Информация, которая дает описание состояния объектов, а именно: состав потребителей по полу, роду занятий, месту жительства, способу приобретения товаров, причинам предпочтения, – это ... информация
- 41) Метод ... используется для получения первичной информации о состоянии рынков, отраслей, отдельных предприятий, семей и индивидуальных потребителей
- 42) Фирма занимается установкой датчиков пожарной сигнализации в офисные помещения. Перед маркетологом стоит задача определить величину спроса на эти датчики на следующий год. Обратившись в государственные органы по строительству, он получил данные об объемах строительства новых офисных площадей в квадратных метрах в следующем году. Какая проблема возникает у маркетолога при использовании полученной информации?
- 43) Установите последовательность этапов развития теории маркетинга:





- 44 Дэвид Кревенс в разработке маркетинговой стратегии выделяет такие шаги, как ... (укажите 4 варианта ответа)
- 45 Установите соответствие между этапами модели СТП (сегментация – таргетирование – позиционирование) и их определениями:
- 46 Целью стратегического маркетинга является разработка комплекса мер воздействия на рынок и реагирования на складывающуюся на нем обстановку, чтобы обеспечить ... товара
- 47 С помощью матрицы «рост – доля рынка» Бостонской консалтинговой группы (БКГ) компания проводит анализ ... портфеля
- 48 К основным принципам стратегии маркетинга относят принцип ... (укажите 2 варианта ответа)
- 49 Сбор информации о деятельности компании, изучение ее по нескольким основным направлениям (товар, цена, покупатели, продвижение) и использование результатов для развития бизнеса называется маркетинговым ...
- 50 Стратегический маркетинговый анализ необходим при решении таких задач, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 51 Стратегический (портфельный) анализ маркетинговой среды направлен на ... (укажите 2 варианта ответа)
- 52 Оперативный анализ маркетинговой среды направлен на ...
- 53 Стратегическое видение – это ...
- 54 Стратегический инструментарий – это ...
- 55 Матрица МакКинзи по-другому называется также ...
- 56 При SNW-анализе оценивается состояние ... среды компании по ряду позиций
- 57 Любая глобальная стратегия предполагает определенную конкретизацию, что ведет к разработке так называемых ... стратегий
- 58 ABC-анализ представляет собой метод маркетингового анализа и предполагает анализ ...
- 59 Модель выбора фирмой определенной стратегии в зависимости от конкретной рыночной конъюнктуры и собственных возможностей или других факторов называется маркетинговой стратегической ...





- 60) Функционально-стоимостный анализ является разновидностью метода ...
- 61) Модель М. Портера основана на концепции учета угроз, связанных с действиями пяти ... сил рынка
- 62) Матрица И. Ансоффа используется в условиях растущего рынка и позволяет разработать четыре альтернативных маркетинговых стратегий для сохранения и увеличения ...
- 63) Несколько лет назад руководством фабрики «Новая Заря» было принято решение о приобретении дилерских сетей, что позволило компании выйти на региональные рынки. Какую стратегию стала использовать компания? Каковы преимущества данной стратегии?
- 64) Установите соответствие между понятиями первого этапа модели СТП (сегментация – маркетинг – позиционирование) и их значениями:
- 65) Сегментирование по сущностным критериям (потребностям, искомым выгодам) называется ... сегментированием
- 66) Принцип достижимости потребителей означает ...
- 67) К самым популярным критериям сегментирования специалисты относят ... критерии
- 68) Деление рынка на группы в зависимости от пользы, которую потребитель ищет в продуктах определенного класса, называется сегментацией на основе ...
- 69) Установите последовательность этапов процесса сегментации:
- 70) Принцип ... означает, что 20 % покупателей и клиентов обычно приносят компании 80 % прибыли
- 71) Кастомизация – это ...
- 72) Выделяют два уровня сегментации промышленного рынка: макросегментация и ...
- 73) Возможное количество продаж товаров данной группы в зависимости от экономической и политической ситуации называется ... сегмента
- 74) Совокупность характеристик, детально описывающих потребителей конкретного рыночного сегмента, – это ... сегмента





- 75) Особая форма сегментации рынка, где небольшая фирма благодаря своему уникальному товару или уникальной форме обслуживания потребителей не имеет сильных конкурентов и может рассчитывать на коммерческий успех, называется рыночной ...
- 76) Процесс идентификации потенциала группы потребителей и выбор одного или нескольких сегментов для освоения – это ...
- 77) Доля рынка определяется как ...
- 78) Сущность метода группировок состоит в ...
- 79) Недифференцированный (массовый) маркетинг – это стратегия ...
- 80) К основным принципам позиционирования товаров относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 81) Дифференцированный маркетинг – это стратегия ...
- 82) Концентрированный маркетинг – это стратегия ...
- 83) Метод поиска оптимального количества целевых сегментов, который заключается в последовательной поисковой работе, от одного сегмента к другому, – это ... метод
- 84) 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. Какую стратегию позиционирования выбрала организация?
- 85) Установите соответствие между степенями процесса разработки нового товара и их детальным описанием:
- 86) Установите соответствие между типами маркетинговых стратегий и их характеристиками:
- 87) Сущность формирования товарной политики заключается в ...
- 88) Диффузионный процесс заключается в ...
- 89) Сознательное изменение параметров продукта, при этом старый продукт снимается с производства, – это ...
- 90) Установите последовательность этапов разработки нового товара:





- 91) К ... свойствам товара относятся дизайн, привлекательность, соответствие определенному стилю, моде
- 92) Стадии внедрения товара характеризуется тем, что ... (укажите 3 варианта ответа)
- 93) На стадиях зрелости и ... можно использовать маркетинговые стратегии увеличения числа покупателей и увеличения объема продаж
- 94) Группа товаров, тесно связанных между собой сходными принципами функционирования, продажей одинаковым группам покупателей, маркетинговым способом продвижения на рынок или принадлежностью к одному и тому же диапазону цен, – это товарный ...
- 95) Марка или ее часть, защищенная юридически, называется ... знаком
- 96) Углубление ... означает добавление товаров той же категории
- 97) Совокупность свойств и характеристик продукции или услуг, которые придают им способность удовлетворять определенные потребности, – это ...
- 98) Гребешковая кривая как вид жизненного цикла товара характерна для ...
- 99) В процессе тестирования упаковки обследуются ... характеристики (укажите 3 варианта ответа)
- 100) Экономические показатели – это ...
- 101) Комплексное исследование товарного рынка проводится для решения таких задач, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 102) Товар по замыслу – это ...
- 103) Стратегия поддержки марок означает ...
- 104) Товар или услуга, предоставляющая потребителю дополнительные услуги, называется товаром с ...





- 105) Группа компаний АГАТ осуществляет сервисное обслуживание автомобилей корпоративных клиентов: «Компания АГАТ имеет в Нижнем Новгороде пять технических центров, удобно расположенных в разных частях города. Сервисные центры компании предлагают полный перечень услуг: предпродажную подготовку, гарантийное и послегарантийное обслуживание, диагностику, слесарный и кузовной ремонт любой сложности, покраску, установку дополнительного оборудования. К услугам наших клиентов мойка и химчистка автомобиля. Для Вашего удобства созданы клиентские комнаты, где можно комфортно провести время, пока автомобиль находится в ремонте, посмотреть телевизор, почитать прессу и пообедать в уютных кафе». Какой уровень товара предоставляет компания? В чем преимущества предоставления такого уровня товара?
- 106) Установите соответствие между функциями цены в маркетинге и их характеристикой:
- 107) Установите соответствие между видами цен и их характеристикой:
- 108) Сущность анализа цен конкурентов заключается в ...
- 109) Ценовая политика предприятия представляет собой ...
- 110) Цена – единственный элемент комплекса маркетинга, относящийся к ... организации
- 111) Установите последовательность этапов ценообразования:
- 112) Цена товара на экспорт, которая значительно ниже цены внутреннего рынка и рассматривается как нечестная и запрещена международными торговыми договорами, – это ... цена
- 113) Смысл стратегии установления цен на продуктовую линию состоит в том, чтобы ...
- 114) Процесс формирования цен на товары, а также системы цен в целом – это ...
- 115) Эластичность и по цене, и по доходу – это ... эластичность
- 116) Установите последовательность действия во время биржевых торгов:
- 117) Товар-имитатор довольно часто позиционируют на рынке по показателям качества и ...





- 118) Трансфертное ценообразование означает, что ...
- 119) Правильное ценообразование должно учитывать ... (укажите 3 варианта ответа)
- 120) Инфляция проявляется в обесценении денег по отношению к ... (укажите 3 варианта ответа)
- 121) Уравнение обмена, предложенное И. Фишером, показывает зависимость между такими показателями, как ... (укажите 4 варианта ответа)
- 122) Метод ценообразования «себестоимость плюс надбавка» – это ...
- 123) Цена позволяет вести учет и измерение затрат общественного труда, то есть определяет, сколько затрачено времени, сырья, материалов на изготовление товара, в этом заключается ... функция цены
- 124) Под ценовой ... следует понимать поступательное и зачастую резкое снижение цены конкурентами на товары, работы и услуги, реализуемые на однородном рынке
- 125) По мнению специалиста по стратегическому маркетингу Андрея Лукашова, часто причиной незапланированных ценовых войн служит ...
- 126) Компания принимает управленческое решение относительно формирования отпускной цены на свой товар. Пусть переменные затраты на производство продукта составляют 100 д. е., постоянные — 3 млн д. е., планируемый объем продаж — 5 тыс. шт. Себестоимость единицы продукта: $C = (3000000 \text{ д. е.}) / (5000 \text{ шт.}) + 100 \text{ д. е.} = 700 \text{ д. е.}$ Предположим, что наценка производителя составляет 20 %. Тогда отпускная цена: $C = (700 \text{ д. е.}) / (1 - 0,2) = 875 \text{ д. е.}$ Прибыль производителя = 175 д. е. Какой метод ценообразования использовала компания? В чем преимущество и недостатки данного метода ценообразования?
- 127) Установите соответствие между критериями для выбора длины и ширины канала и их характеристикой:
- 128) Установите соответствие между принципами, используемыми при построении распределения, и их характеристикой:
- 129) Основной целью распределения (товародвижения) является ...
- 130) К маркетинговым решениям, которые принимаются при стратегии распределения товара, относят ... (укажите 4 варианта ответа)



- 131) Торговый маркетинг заключается в приложении метода маркетинга к торговцам, которые рассматриваются как единственные ...
- 132) Установите последовательность этапов маркетинговых решений по разработке структуры канала:
- 133) Основной метод ... каналов сбыта заключается в том, что из всех возможных каналов сбыта при прочих равных условиях выбирается тот, в котором сбытовые затраты минимальны
- 134) Одноуровневый канал выгоден при ... (укажите 3 варианта ответа)
- 135) Организованные структуры, задача которых – содействовать процессам обмена, – это каналы ...
- 136) Установите соответствие между видами стратегий производителя и их характеристикой:
- 137) Прямой ... имеет выгоды, однако недостатком этого способа считается то, что фирма утрачивает контроль над товаром, что может обернуться проблема для бренда фирмы.
- 138) Установите последовательность шагов-вопросов стратегии охвата рынка:
- 139) Документ, удостоверяющий право на получение скидки, возврат денег при его предъявлении или устанавливающий фиксированную цену на товар, указанный в нем, – это ...
- 140) Лицензирование предполагает ...
- 141) Мероприятия по формированию спроса направлены на ...
- 142) Торговый маркетинг включает в себя ... (укажите 4 варианта ответа)
- 143) К факторам, способствующим стандартизации крупных магазинов, относят ... (укажите 4 варианта ответа)
- 144) Торговые точки можно классифицировать по ... (укажите 2 варианта ответа)
- 145) Для стратегии ... характерно, что право продажи принадлежит одному продавцу
- 146) При выполнении потребителем определенного условия, серьезного или шуточного, предоставляется ... (выборочная) скидка





- 147) «Компания ECS владеет Re:Store – сетью фирменных магазинов техники Apple, объединяющей около 40 торговых точек в 12 городах. По официальным данным компании, оборот сети в 2018 финансовом году составил 61 млн долл. По данным участников рынка, Re:Store завершает приобретение ZStore – конкурирующей сети из восьми фирменных магазинов той же марки Apple. ZStore продолжит работу под прежним названием, но с новыми владельцами. Подобная сделка окончательно превратит ECS в фактического монополиста фирменной розницы Apple в России». К какому типу маркетинговых систем можно отнести пример работы этих двух компаний и почему? Каковы цели данного типа маркетинговых систем?
- 148) Установите соответствие между функциями маркетинговых коммуникаций и их характеристикой:
- 149) Установите соответствие между показателями медиапланирования и характеристиками показателей:
- 150) К тестам, с помощью которых можно оценить эффективность рекламы, относят ... (укажите 4 варианта ответа)
- 151) Вирусная реклама может быть представлена в формате ... (укажите 4 варианта ответов)
- 152) Современная концепция ... маркетинговых коммуникаций предполагает возможность формирования рациональной структуры продвижения-микс
- 153) Установите последовательность расчета метода, исходящего из целей и задач рекламной кампании:
- 154) ... и ответная реакция говорят о том, как потребители восприняли полученную информацию
- 155) По признаку поставленных целей можно выделить ... (укажите 4 варианта ответа)
- 156) Рекламная ... подразумевает под собой закодированное в тексте, звуке и цвете сообщение.
- 157) К задачам медиапланирования относят ... (укажите 2 варианта ответа)
- 158) Частота, при которой начинается существенное снижение реакции на рекламу, – это ... частота
- 159) Установите последовательность этапов разработки рекламной компании:





- 160) Реклама, рассчитанная на людей, вследствие чего ей будут «заражаться», и в итоге люди сами будут распространять эту рекламу, – это ... реклама
- 161) К мероприятиям «паблик рилейшнз» относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 162) К стимулированию торговых посредников следует отнести ... (укажите 3 варианта ответа)
- 163) Модель Ф. Котлера содержит ... процесса коммуникации
- 164) К факторам эффективных маркетинговых коммуникаций относят ... (укажите 4 варианта ответа)
- 165) Главная цель рекламы – формирование ... и стимулирование продаж
- 166) Стратегия, основанная на закреплении положительного отношения потребителя к торговой марке и используемая предприятиями для усиления позитивного имиджа товара, и предприятия, – это стратегия ...
- 167) Процесс формирования каналов распространения рекламы – это ...
- 168) Интернет-магазин сноубордов BZone предлагает: «Наш магазин предлагает всем желающим приобрести сноуборд-комплект, который специально подбирается нашими специалистами для различных категорий спортсменов. Отметим, что сноуборд-комплект обойдется значительно дешевле, чем покупка отдельных его составляющих». Какой ценовой метод стимулирования потребителей использовала компания? Каковы особенности метода?
- 169) Установите соответствие между концепциями маркетинга и их характеристикой:
- 170) Аналитическая функция маркетинга предполагает ...
- 171) Все маркетинговые цели в компании можно дифференцировать на три основные группы, в числе которых – ... (укажите 3 варианта ответа)
- 172) Экономические интересы – это ...
- 173) Потенциал компании, ее производственные и маркетинговые возможности относится к ... среде компании





- 174) Установите соответствие между подсистемами системы общественного производства и элементами этих подсистем:
- 175) Согласно ... концепции, цель маркетинга – создание, распространение и продвижение товара с более высокой ценностью для выбранных целевых рынков более эффективными, чем у конкурентов способами
- 176) Особенность первого этапа развития маркетинга состоит в его разделении на три последовательных периода:
- 177) Установите хронологическую последовательность этапов развития маркетинга:
- 178) Эволюция концепций маркетинга определяется развитием рынка, общества, изменением ... нужд и потребностей, совершенствованием техники и технологий
- 179) Сущность маркетинга наиболее полно отражает цели (укажите 3 верных ответа):
- 180) Поддерживающий маркетинг используется при ... спросе
- 181) Выбор и управление каналами распределения, планирование и контроль физического распределения, складирование, упаковка и транспортировка продукции относятся к ... функции маркетинга
- 182) Одна из старейших концепций, получившая свое развитие в период до 1920-х гг., – это концепция ...
- 183) Концепцию маркетинга можно определить, как ...
- 184) Экономика каждой страны представляет собой сложный комплекс ..., связанных между собой процессами обмена
- 185) Концепция сбыта, рекламы и продвижения в эволюции концепций управления бизнесов является
- 186) Экономические отношения – это ...
- 187) Изучение маркетинговой среды и изучение поведения потребителей можно отнести к ... исследованиям
- 188) К факторам микросреды компании относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 189) Установите правильную последовательность разделов структуры анкеты в маркетинговых исследованиях:
- 190) Каузальными называются исследования, ...





- 191 К первичной информации относят ...
- 192 К видам маркетинговых исследований относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 193 Установите правильную последовательность основных этапов проведения маркетингового исследования:
- 194 Систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространение и использование информации для оценки маркетинговых возможностей, – это ... исследование
- 195 Стандартные перечни вопросов анкеты используют при проведении ... опроса
- 196 Совокупность факторов, тесно связанных с организацией и воздействующих на ее способность обслуживать, – это ... или среда прямого воздействия
- 197 Основными преимуществами телефона как способа связи с аудиторией являются ...
- 198 Повторяющийся сбор данных у одной группы опрашиваемых через равные промежутки времени – это ... исследование
- 199 Эталон измерения называется ...
- 200 Типовые методы сбора ... информации включают телефонные, почтовые, письменные, устные и интернет-опросы и персональные интервью
- 201 Согласно Ф. Котлеру, видовые ... – это товары, которые могут удовлетворить одну потребность и отличаются, по крайней мере, одним параметром
- 202 ... информация – это информация, получаемая в результате полевых исследований
- 203 Установите соответствие между видами наблюдения и их характеристикой:
- 204 ... – это метод, который представляет собой научно поставленный опыт, протекающий в искусственно созданной или естественной, но контролируемой обстановке, с целью проверки причинно-следственных связей
- 205 Маркетинговые исследования представляют собой сбор, обработку и анализ информации с целью уменьшения ... в принятии маркетинговых решений



- 206 Установите соответствие между способом сбора данных и характеристикой его основных недостатков:
- 207 В большей степени анкетирование относится к ...
- 208 В современных исследованиях применяются четыре вида шкал для измерения различных величин: номинальная, порядковая, интервальная и ...
- 209 Установите правильный порядок проведения PEST-анализа:
- 210 Дэвид Кревенс в разработке маркетинговой стратегии выделяет такие шаги, как ... (укажите 4 варианта ответа)
- 211 Определение позиции фирмы на данном рынке или его сегменте и прогноз состояния рынка относится к ...
- 212 Целью стратегического маркетинга является разработка комплекса мер воздействия на рынок и реагирования на складывающуюся на нем обстановку, чтобы обеспечить ... товара
- 213 Установите правильную последовательность этапов стратегического маркетингового анализа:
- 214 К основным принципам стратегии маркетинга относят принцип ... (укажите 2 варианта ответа)
- 215 Установите соответствие между стадиями жизненного цикла товара и уровнем продаж на каждой из этих стадий:
- 216 Стратегический маркетинговый анализ необходим при решении таких задач, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 217 Во время анализа внешней среды можно использовать такие методы, как ... (укажите 3 варианта ответа):
- 218 Сокращенное название (английская аббревиатура) сжатого анализа маркетинговой информации, на основании которого делается вывод о том, в каком направлении организация должна развивать свой бизнес и в конечном итоге определяется распределение ресурсов по сегментам
- 219 При SNW-анализе оценивается состояние ... среды компании по ряду позиций
- 220 Придание товарам (услугам) отличительных свойств, которые смогут заинтересовывать покупателей и которые отличают товар от предложений конкурентов, относится к стратегии ...





- 221) Любая глобальная стратегия предполагает определенную конкретизацию, что ведет к разработке так называемых ... стратегий
- 222) В матрице Маккинси ось X характеризует ...
- 223) ABC-анализ представляет собой метод маркетингового анализа и предполагает анализ ...
- 224) В матрице Бостонской консалтинговой группы (БКГ) товары «...» – это товары, которые требуют к себе большого внимания, нуждаются в поддержке и укреплении с тем, чтобы сохранить их лидерство и продлить нахождение на данной стадии
- 225) Установите соответствие между этапами модели СТП (сегментация – таргетирование – позиционирование) и их определениями:
- 226) Стратегия ... делает опору на эффективность труда и подразумевает: тщательную проверку устойчивых расходов, тщательную разработку новых товаров, инвестиции в производство, невысокие маркетинговые коммуникационные издержки
- 227) Маркетинговые стратегические ... могут быть построены в виде таблиц или в системе координат
- 228) Модель М. Портера основана на концепции учета угроз, связанных с действиями пяти ... сил рынка
- 229) Установите соответствие между понятиями и их характеристиками:
- 230) Сегментирование по сущностным критериям (потребностям, искомым выгодам) называется ... сегментированием
- 231) Особая форма сегментации рынка, где небольшая фирма не имеет сильных конкурентов и может рассчитывать на коммерческий успех, представляет собой ...
- 232) К самым популярным критериям сегментирования специалисты относят ... критерии
- 233) Для достижения большей однородности сегментов на рынке B2B может применяться ... рынка, основанная на показателях, характеризующих деятельность закупочных центров покупателей
- 234) Установите последовательность этапов процесса сегментации:
- 235) В числе преимуществ стратегии дифференцированного маркетинга – ... (укажите 3 варианта ответа)





- 236 Кастомизация – это ...
- 237 В качестве критерия сегментирования на рынках B2B на уровне макросегментации используются методы совершения покупок, предполагающие ... (укажите 5 вариантов ответа)
- 238 Возможное количество продаж товаров данной группы в зависимости от экономической и политической ситуации называется ... сегмента
- 239 Установите соответствие между понятиями и их характеристиками:
- 240 Особая форма сегментации рынка, где небольшая фирма благодаря своему уникальному товару или уникальной форме обслуживания потребителей не имеет сильных конкурентов и может рассчитывать на коммерческий успех, называется рыночной ...
- 241 При сегментации необходимо учитывать, что ... (укажите 3 варианта ответа)
- 242 Процесс идентификации потенциала группы потребителей и выбор одного или нескольких сегментов для освоения – это ...
- 243 Наиболее распространенный способ сегментирования промышленных рынков – это использование описательных характеристик, таких как отрасль, размер компании, географическое положение и обслуживаемый ... рынок
- 244 Недифференцированный (массовый) маркетинг – это стратегия ...
- 245 В числе наиболее распространенных методов сегментирования рынка – ... (укажите 2 варианта ответа)
- 246 Метод поиска оптимального количества целевых сегментов, который заключается в последовательной поисковой работе, от одного сегмента к другому, – это ... метод
- 247 ... сегментирование – это сегментирование на основе опыта, знаний, интуиции экспертов путем выдвижения гипотез, которые требуют подтверждения фактическими данными
- 248 Установите правильную последовательность шагов метода «последовательных группировок»:
- 249 Установите соответствие понятий и их характеристик:
- 250 Установите соответствие между типами маркетинговых стратегий и их характеристиками:





- 251) Оборонительная стратегия в рамках деятельности компании на целевых рынках и используемого комплекса маркетинга заключается в ...
- 252) Диффузионный процесс заключается в ...
- 253) Активная стратегия заключается в рамках деятельности компании на целевых рынках и используемого комплекса маркетинга заключается в...
- 254) Установите последовательность этапов разработки нового товара:
- 255) ... товар – это продукция, услуга или идея, воспринимаемые некоторыми потенциальными потребителями как новинки
- 256) К ... свойствам товара относятся дизайн, привлекательность, соответствие определенному стилю, моде
- 257) Товарная политика включает в себя ассортиментную политику, а также предполагает использование товарных ...
- 258) Группа товаров, тесно связанных между собой сходными принципами функционирования, продажей одинаковым группам покупателей, маркетинговым способом продвижения на рынок или принадлежностью к одному и тому же диапазону цен, – это товарный ...
- 259) ... товарной политики – это оптимизация ассортимента; установление темпов обновления ассортимента в целом; определение оптимального соотношения между новыми и старыми продуктами в производственной программе
- 260) Совокупность свойств и характеристик продукции или услуг, которые придают им способность удовлетворять определенные потребности, – это ...
- 261) Гребешковая кривая как вид жизненного цикла товара характерна для ...
- 262) Установите правильный порядок ценообразования на основе ценности:
- 263) В процессе тестирования упаковки обследуются ... характеристики (укажите 3 варианта ответа)
- 264) Для стратегии управления товарным ассортиментом в рамках реализации товарной политики компании, которая называется «наращиванием ассортимента», ...





- 265) Товар или услуга, предоставляющая потребителю дополнительные услуги, называется товаром с ...
- 266) Тестирование нового продукта проводится ...
- 267) Стратегия поддержки марок означает ...
- 268) ... услуга – это базовая выгода, обеспечиваемая каждой маркой в данной продуктовой категории
- 269) Установите соответствие между видами цены в зависимости от степени регулирования и их характеристикой:
- 270) Установите соответствие между видами цен и их характеристикой:
- 271) В ряду необходимых условий рыночного ценообразования – ... (укажите 4 варианта ответа)
- 272) Ценовая политика предприятия представляет собой ...
- 273) Товары с ... спросом по цене – это легко заменяемые товары
- 274) Установите последовательность этапов ценообразования:
- 275) Стратегия ... цены в рамках стратегии ценообразования компании означает взвинчивание цены товара по отношению к его качеству
- 276) Смысл стратегии установления цен на продуктовую линию состоит в том, чтобы ...
- 277) ... цены – это цены, по которым товары реализуются конечному потребителю в ограниченном количестве
- 278) Эластичность и по цене, и по доходу – это ... эластичность
- 279) ... цена есть результат конкурентного сопоставления цены спроса и цены предложения при различных значениях спроса и предложения
- 280) Установите последовательность действия во время биржевых торгов:
- 281) В числе типичных условий применения стратегии проникновения при выводе компанией на рынок нового товара – ситуация, когда ... (укажите 3 варианта ответа)
- 282) Правильное ценообразование должно учитывать ... (укажите 3 варианта ответа)





- 283) Инфляция проявляется в обесценении денег по отношению к ... (укажите 3 варианта ответа)
- 284) Обычно цена набора товаров ... на товары
- 285) Цена позволяет вести учет и измерение затрат общественного труда, то есть определяет, сколько затрачено времени, сырья, материалов на изготовление товара, в этом заключается ... функция цены
- 286) Эластичность по цене показывает, на сколько процентов изменится ...
- 287) Цена участвует в распределении и перераспределении национального дохода между отраслями – в этом заключается ... функция цены
- 288) Под ценовой ... следует понимать поступательное и зачастую резкое снижение цены конкурентами на товары, работы и услуги, реализуемые на однородном рынке
- 289) Наличие таких преимуществ, как склады у всех торговых точек, узкоспециализированный товар и расположение потребителей близко к местам продаж, – относится к каналу ... уровня
- 290) Установите соответствие между принципами, используемыми при построении распределения, и их характеристикой:
- 291) Текущий рыночный... – это реальная емкость рынка, которую характеризует объем продаж за определенный период времени при данных условиях внешней среды и при определенном уровне использования инструментов маркетинга предприятиями отрасли
- 292) К маркетинговым решениям, которые принимаются при стратегии распределения товара, относят ... (укажите 4 варианта ответа)
- 293) ... сбыта – это мероприятия, направленные на клиентов, принявших решение о покупке или уже купивших товар
- 294) Установите последовательность этапов маркетинговых решений по разработке структуры канала:
- 295) ... покрытие рынка – это отношение показателей эффективного распределения к интенсивному распределению
- 296) Одноуровневый канал выгоден при ... (укажите 3 варианта ответа)
- 297) Установите правильную последовательность элементов цепочки трехуровневого канала распределения:





- 298) Установите соответствие между видами стратегий производителя и их характеристикой:
- 299) ... канала распределения – это показатель, который определяется числом участников в каждом звене канала распределения
- 300) Основной целью распределения (товародвижения) является ...
- 301) ... продвижение – это продвижение, при котором компанией делается акцент на представлениях о престижности, чувстве долга, патриотизме, воспоминаниях
- 302) Лицензирование предполагает ...
- 303) Мероприятия по формированию спроса направлены на ...
- 304) При анализе требований покупателей к уровню обслуживания при выборе структуры каналов рассматриваются такие моменты, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 305) К факторам, способствующим стандартизации крупных магазинов, относят ... (укажите 4 варианта ответа)
- 306) В числе основных элементов системы формирования спроса и стимулирования сбыта – ... (укажите 4 варианта ответа)
- 307) При выполнении потребителем определенного условия, серьезного или шуточного, предоставляется ... (выборочная) скидка
- 308) Документ, удостоверяющий право на получение скидки, возврат денег при его предъявлении или устанавливающий фиксированную цену на товар, указанный в нем, – это ...
- 309) Установите соответствие между видами рекламной стратегии и их характеристикой:
- 310) Установите соответствие между показателями медиапланирования и характеристиками показателей:
- 311) Информирование потребителей о товарах и формирование сегмента потенциальных покупателей относятся к такой стадии маркетинга, как ...
- 312) Вирусная реклама может быть представлена в формате ... (укажите 4 варианта ответов)
- 313) Программы по медиапланированию позволяют ... (укажите 4 варианта ответа)





- 314 Установите последовательность расчета метода, исходящего из целей и задач рекламной кампании:
- 315 ... и ответная реакция говорят о том, как потребители восприняли полученную информацию
- 316 ... – процесс, в результате которого должно достигаться однозначное восприятие коммуникационного сообщения посылающими и получающими его субъектами
- 317 К основным характеристикам рекламы относятся такие, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 318 К задачам медиапланирования относят ... (укажите 2 варианта ответа)
- 319 ... рилейшнз ведется преимущественно на некоммерческой основе, выполняя роль преодоления «барьера недоверия» к товару и предприятию, возникающего не в связи с потребительскими свойствами товара, а из-за существования в сознании людей стереотипов
- 320 Установите последовательность этапов разработки рекламной компании:
- 321 К недостаткам вирусной рекламы можно отнести тот факт, что целевая аудитория ограничена рамками сети ...
- 322 Реклама, рассчитанная на людей, вследствие чего ей будут «заражаться», и в итоге люди сами будут распространять эту рекламу, – это ... реклама
- 323 Такая характеристика рекламы, как обращение одновременно к значительному числу клиентов, получающих мотивированное обоснование своим покупкам, относится к ... рекламы
- 324 Благотворительность, медиаобраз, оценка мнений стейкхолдеров все это относятся к мероприятиям в сфере связей с ...
- 325 К факторам эффективных маркетинговых коммуникаций относят ... (укажите 4 варианта ответа)
- 326 Броская, эффектная, запоминающаяся реклама иллюстрирует такую характеристику рекламы, как ...
- 327 Стратегия, основанная на закреплении положительного отношения потребителя к торговой марке и используемая предприятиями для усиления позитивного имиджа товара, и предприятия, – это стратегия ...





- 328) Выявление целевой аудитории, построение имиджа и обеспечение согласованной работы между сотрудниками компании – все это относится к ... интегрированных маркетинговых коммуникаций
- 329) Установите соответствие между авторами и их современными определениями маркетинга:
- 330) Концепция маркетинга – это ...
- 331) Метод анализа сильных и слабых сторон компании, а также возможностей и угроз – это ...
- 332) Главная цель маркетинга заключается в ...
- 333) Модель маркетинг – микс, или также называемый комплекс маркетинга включает в себя ... (укажите 4 варианта ответа)
- 334) Главная цель концепции ... маркетинга состоит в удовлетворении нужд и потребностей целевых рынков
- 335) Роль маркетинга заключается том, чтобы привести производство в соответствии со ...
- 336) Установите хронологическую последовательность этапов развития маркетинга в России:
- 337) Общественное разделение труда – это ...
- 338) Страна, в которой в XX в. маркетинг появился в университетах как научная дисциплина, – это ...
- 339) Факторы, связанные с ухудшением экологической ситуации на земле, сокращением запасов природных ресурсов, удорожанием энергоносителей, ростом загрязнения окружающей среды, – это ... факторы
- 340) Факторы, определяющие покупательную способность населения: распределение доходов, взаимосвязь цен, сбережений, долгов и доступности кредита, – это ... факторы
- 341) Маркетинг рассматривается сегодня с точки зрения ... (укажите 4 варианта ответа)
- 342) В истории развития маркетинга можно выделить ...
- 343) Основной лозунг маркетинга: ...





- 344) Отношения, между определенными социальными субъектами – производителями и потребителями материальных и духовных благ, их потребностями и интересами – это ... отношения
- 345) Продукт, предназначенный для обмена путем купли-продажи, – это ...
- 346) Установите последовательность ведущих идей, которые легли в концепции маркетинга, в хронологическом порядке их появления:
- 347) Установите соответствие между концепциями маркетинга и их инструментарием:
- 348) Установите соответствие между терминами и их определениями:
- 349) Установите соответствие между направлениями маркетинговых исследований и их характеристиками:
- 350) Описательными называются исследования, ...
- 351) К субъектам по проведению маркетинговых исследований относят ... (укажите 2 варианта ответа)
- 352) Исследования Ad hoc характеризуются тем, что ... (укажите 4 варианта ответа)
- 353) Совокупность персонала, оборудования и процедур, предназначенная для сбора, обработки, анализа и распределения своевременной и достоверной информации, необходимой для принятия управленческих решений, относится к ... маркетинговой системе
- 354) К первичной информации относят ...
- 355) Маркетинговая ... – это факты, сведения, числа и другие данные, используемые при анализе и прогнозировании маркетинговой деятельности
- 356) Расположите вопросы в соответствии с алгоритмом действий для исследователя при проведении опроса:
- 357) К вторичной информации относят ... (укажите 2 варианта ответа)
- 358) Маркетинговая информация может быть классифицирована по ... (укажите 4 варианта ответа)
- 359) Переменная информация отражает ...



- 360) Метод осуществления исследователем управляемого процесса изменения одной или несколько независимых переменных для измерения их влияния при исключении посторонних факторов – это ...
- 361) Исследования, которые проводятся периодически с определенной регулярностью для получения данных, позволяющих корректировать ежедневную политику компании в соответствии с планом постоянных исследований, но могут быть использованы для получения «пожарных» данных, – это ... маркетинговые исследования
- 362) Совокупность законов, постановлений, государственных учреждений и структур, которые оказывают влияние и ограничивают деятельность компаний и отдельных лиц в обществе, относится к ... факторам
- 363) Исследования, использующиеся для принятия решений и влияющие на развитие компании, – это ... маркетинговые исследования
- 364) ... информация позволяет установить в числовых величинах сведения о состоянии исследуемых объектов (емкость рынка, доля рынка, степень влияния доходов различных групп потребителей на их спрос, размеры инвестиций)
- 365) Установите последовательность этапов разработки измерительной процедуры:
- 366) Установите соответствие между понятиями и их определениями:
- 367) Совокупность персонала, оборудования, процедур и методов, предназначенная для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения информации для принятия маркетинговых решений, – это ... информационная система
- 368) Установите соответствие между классификационной схемой маркетинговой информации и примером реализации:
- 369) Установите последовательность этапов развития теории менеджмента:
- 370) Модель стратегического маркетинга СТП (сегментация – таргетирование – позиционирование) принадлежит ...
- 371) В число основных целей маркетингового анализа входит ... (укажите 3 варианта ответа)
- 372) Установите соответствие между направлениями анализа внутренней среды и анализируемыми компонентами:





- 373) Установите последовательность этапов разработки маркетинговой конкурентной стратегии:
- 374) Установите соответствие между понятиями и их определениями:
- 375) Определение маркетинговой стратегии предложил Майкл Бейкер, представив ее как ..., оказывающую определенное воздействие на философию бизнеса
- 376) Цель маркетингового анализа должна быть сформулирована по принципу ... (укажите аббревиатуру)
- 377) Инструментарий анализа внешней среды предприятия включает в себя ... (укажите 3 варианта ответа)
- 378) При SNW-анализе состояние внутренней среды компании оценивается по таким позициям, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 379) При SWOT-анализе состояние компании оценивается по таким позициям, как ... (укажите 4 варианта ответа)
- 380) Модель PEST-анализа в настоящее время дополнена еще тремя факторами: образование, законодательные и ... факторы
- 381) Функционально-стоимостной анализ включает в себя ... (укажите 3 варианта ответа)
- 382) Модель М. Портера основана на концепции учета ..., связанных с действиями пяти конкурирующих сил рынка
- 383) Концепция, описывающая сбыт товара, прибыль, потребителей, конкурентов и стратегии маркетинга с момента поступления товара на рынок и до его снятия с рынка, – это ... цикл товара
- 384) В матрице Бостонской консалтинговой группы (БКГ) товары, которые требуют значительных финансовых средств на поддержание роста, в перспективе эволюционируя к «дойным коровам», называются «...»
- 385) К глобальным стратегиям относят стратегии ... (укажите 4 варианта ответа)
- 386) Недостатки стратегии дифференциации заключаются в том, что ... (укажите 3 варианта ответа)
- 387) Метод маркетингового анализа, основанный на анализе внешней маркетинговой макросреды предприятия, – это ...
- 388) Модель, которая широко используется для выявления конкуренции в любой отрасли, – это модель ...





- 389) Установите соответствие между критериями сегментирования по поведенческому принципу и их характеристиками:
- 390) Сегментирование по ... признаку заключается в разбивке рынка на группы на основе таких переменных, как пол, возраст, размер семьи, этап жизненного цикла семьи, уровень доходов, род занятий, образование, религиозные убеждения, раса и
- 391) Сегментирование по психографическому признаку означает разделение покупателей на группы ...
- 392) Наиболее распространенный способ сегментирования промышленных рынков – это использование ...
- 393) Частота покупок, искомые выгоды, интенсивность потребления относятся к ... критериям сегментации
- 394) Установите последовательность этапов модели СТП (сегментация – таргетинг – позиционирование):
- 395) Индивидуализация продукции под заказ конкретного потребителя при помощи конструктивных или дизайнерских изменений – это ...
- 396) Массовая кастомизация – это производство товаров ...
- 397) К числу основных переменных сегментирования B2B рынка на уровне макросегментации относят ... (укажите 4 варианта ответа)
- 398) Суть ... метода сегментирования заключается в выделении сегментов путем дезагрегирования рынка на группы потребителей, имеющих сходные характеристики или потребности
- 399) Образ жизни и использования ресурсов: временных, денежных, информационных, называется ... стилем потребителя
- 400) Рыночной нишей называется ...
- 401) Выбор целевой аудитории, процесс идентификации потенциала группы потребителей и выбор одного или нескольких сегментов для освоения (включает анализ полученных сегментов и выбор тех, на которые компания будет работать) называется ...
- 402) Метод группировок заключается в ...
- 403) Сегментирование по формальным критериям (демографическим, психографическим) в предположении, что потребители, имеющие разные характеристики, обладают и разными потребностями, называется ... сегментированием





- 404 Установите последовательность этапов сегментирования на основе кластерного анализа:
- 405 В числе основных преимуществ стратегии дифференцированного маркетинга –... (укажите 3 варианта ответа)
- 406 Концентрированный маркетинг предусматривает ...
- 407 Мнение целевой группы потребителей относительно важнейших его характеристик – это ... товара
- 408 Установите соответствие между требованиями к выбору отличительных свойств при позиционировании и их характеристиками:
- 409 Установите соответствие между этапами процесса разработки нового товара и их характеристиками:
- 410 Установите соответствие между показателями качества и их характеристиками:
- 411 Стратегия отступления заключается в ...
- 412 Ограниченный период пребывания товара на рынке называется ...
- 413 Появление наряду со старым новым продукта в производственной программе компании, называется ...
- 414 Установите последовательность стадий жизненного цикла товара:
- 415 Относительная и обобщенная характеристика товара, выражающая его отличия от товара-конкурента, – это ... товара
- 416 Товарная политика – это ...
- 417 Качественный и количественный анализ политических, экономических, социальных и иных факторов, оказывающих влияние на объем и эффективность продажи товара на конкретном рынке, называется исследованием ... рынка
- 418 Цель маркетинга на стадии зрелости – ...
- 419 Оригинальное изображение, используемое как символ организации или ее продуктов, – это ...
- 420 Показатель, представляющий отношение группового показателя по техническим параметрам к групповому показателю по экономическим параметрам, называется ... показателем





- 421 Стратегии улучшения качества товара, выпуска новых моделей и выхода на новые сегменты рынка фирма использует на стадии ...
- 422 Стадия роста товара характеризуется тем, что ... (укажите 3 варианта ответа)
- 423 Неудачное появление товара отражает вид жизненного цикла товара, который называется ...
- 424 Стратегия управления товарным ассортиментом, которая называется «насыщение ассортимента», предполагает ...
- 425 Символические свойства товара обусловлены ...
- 426 Тестирование нового продукта проводится для ...
- 427 Идея товара, разработанная и сформулированная с точки зрения значимых для потребителя характеристик, – это ...
- 428 Установите последовательность этапов жизненного цикла товара:

