



Маркетинг.dor_БАК_ТД

- 1 Маркетинг, прежде всего, изучает ...
- 2 Потребность - это ...
- 3 Двадцатые-тридцатые годы двадцатого века характеризуются тем, что с учетом достигнутых успехов в области роста объемов ... производители сосредоточили свое внимание на совершенствовании выпускаемых товаров
- 4 Теория мотивации Абрахама Маслоу, созданная в 40-х гг. XX в., объясняет, почему люди в качестве мотивов своего поведения в определенный момент времени имеют определенные ...
- 5 В ситуации ... спроса - предложения на товары и услуги, намного превышающего их предложение (например, как следствие ограниченного доступа к сырью или недостаточного уровня производственных мощностей), следует проводить демаркетинг
- 6 Установите соответствие понятий и их определений:
- 7 Маркетинг имеет место в тех случаях, когда люди решают удовлетворить свои нужды и запросы с помощью ...
- 8 Скрытый (или ...) спрос характеризует состояние рынка, когда многие потребители не удовлетворены существующими продуктами, например, спрос на безвредные сигареты или на более экономичные автомобили
- 9 Установите порядок развития концепций, которые развивались по мере изменения экономической ситуации:
- 10 Маркетинг ... товаров направлен на товары, предназначенные для личного или семейного пользования.
- 11 Первоначально маркетинг был связан с ... (укажите 2 варианта ответа)
- 12 Согласно концепции ..., потребитель отдаст предпочтение товару, который представляет высший уровень качества, имеет максимальную производительность и дает новые возможности в использовании
- 13 Система маркетинга включает качественные и количественные цели - к последним относят ... (укажите 3 варианта ответа)



- 14) Рынок – это ...
- 15) Использование идей маркетинга в СССР и других странах бывшего социалистического содружества было весьма ограниченным по причине ...
- 16) Согласно концепции ..., потребитель отдаст предпочтение товарам, которые широко распространены и доступны по цене, а управление маркетингом должно быть направлено на совершенствование производства
- 17) К продуктово-производственной функции маркетинга относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 18) Рынок потребителя – это рынок, для которого характерно (укажите 1 вариант ответа)
- 19) Приступая к изучению ... рынка и подготовке ее прогнозов, необходимо прежде всего выяснить, в какой фазе своего цикла развития находится экономика страны, и дать ее краткую комплексную характеристику за предыдущие полгода-год.
- 20) Циклические факторы определяются ... развитием экономики.
- 21) Завод-производитель компьютерных комплектующих раскрутил свой товар по разным ценам и под разными именами в Европе и в России. Но затем было принято решение о поставке товара в Россию по тем же ценам, что в Европу, и под европейским именем. Потребители привыкли к российскому названию товара и восприняли европейское название как подделку и не покупали товар. Спрос на товар с европейским названием был очень низкий. В компьютерной прессе было решено опубликовать результаты реальных тестов с указанием преимуществ товара и высокого качества товара с «европейским» названием для изменения мнения потребителей. Многие компьютерные журналы в течение трех месяцев опубликовывали данные о высоком качестве товара. Это привело к тому, что потребители поверили, что данный товар не является подделкой и стали приобретать товар. К какому типу маркетинга относится описанная деятельность компании? Какова задача данного типа маркетинга?
- 22) Установите соответствие между направлениями маркетинговых исследований и их характеристикой:
- 23) Выявление маркетинговых проблем компании на ранней стадии, а также обеспечение надежности принятия маркетинговых решений относятся к ...





- 24) Исследование рыночного положения собственных товаров относится к ...
- 25) К исследованиям рекламы относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 26) ... исследования используют для проверки гипотез относительно причинно-следственных связей маркетинга с факторами внешней и внутренней среды
- 27) К источникам внешней вторичной информации относятся ... (укажите 3 варианта ответа)
- 28) К хранимой информации относится ...
- 29) ... интервью – это процесс, в ходе которого квалифицированный специалист задает вопросы одному респонденту с целью выяснения его отношения к исследуемой проблеме
- 30) ... – это метод, который представляет собой сбор первичных данных путем наблюдения за выбранными группами людей, действиями и ситуациями, при этом исследователь непосредственно воспринимает и регистрирует все значимые факторы, касающиеся изучаемого объекта
- 31) Установите соответствие между методами качественных исследований и их характеристиками:
- 32) Укажите правильную последовательность этапов составления выборки:
- 33) К основным недостаткам эксперимента относится ...
- 34) Характеристикой номинальной шкалы является то, что ...
- 35) Оценка размеров рынка и прогнозирование темпов роста рынка относится к ... исследованиям
- 36) Генеральная совокупность – это ...
- 37) К исследованиям потребителей относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 38) ... методы – это форма организации исследований, когда применяется непрякая неструктурированная форма опросов, направленная на извлечение подсознательной информации респондентов





- 39) Маркетинговая информация позволяет предприятию снизить финансовый риск и опасность для образа фирмы, получить конкурентные..., следить за маркетинговой средой
- 40) Сбор данных для решения какой-либо проблемы, выдвижения гипотезы представляет собой ... исследование
- 41) Критерии, по которым включают людей в выборку, определяют ... выборки
- 42) В ходе маркетингового исследования фирма выяснила, что целевыми потребителями ее товара будут люди с уровнем личного дохода выше 25 тыс. руб. в месяц. Маркетолог этой фирмы обращается в органы государственной статистики, чтобы получить распределение жителей по уровню дохода. В полученных данных распределение жителей приводится с шагом в 5 тыс. руб. (до 25 тыс. руб., 25–30 тыс. руб.; 30–35 тыс. руб.; 35–40 тыс. руб. и т.д.). С какой проблемой столкнулся маркетолог?
- 43) Фамилия ученого, впервые предложившего определение маркетинговой стратегии, представив ее как силу, оказывающую определенное воздействие на философию бизнеса при внедрении маркетинговой ориентации среди сотрудников фирмы, – ...
- 44) Стратегии, которые позволяют достичь конкурентных преимуществ на рынке на основе выбора эффективной политики по отношению к конкурентам, – это ... стратегии
- 45) Установите соответствие между понятиями и их характеристиками:
- 46) Западный специалист Жан-Жак ... обозначил понятие стратегического маркетинга в своей книге «Стратегический маркетинг» как анализ потребностей физических лиц и организаций
- 47) Установите последовательность элементов алгоритма стратегического маркетинга как процесса:
- 48) Выбор маркетинговых стратегий осуществляется на основе ситуационного анализа, SWOT-анализа и обоснования варианта основных направлений маркетинговых стратегий, обеспечивающих достижение стратегических целей, и для этого разрабатываются маркетинговые ...
- 49) Фамилия автора методики восприятия предприятием сильных и слабых сигналов, поступающих из внешней среды, использующейся для оценки возможностей и опасностей рынка, – ...





- 50) Стратегический маркетинговый анализ нацелен на ... (укажите 3 варианта ответа)
- 51) Текущий анализ направлен на ...
- 52) SWOT-анализ предполагает анализ ...
- 53) В числе маркетинговых целей на уровне целевого рынка (сегмента) – ... (укажите 3 варианта ответа)
- 54) Совокупность методов, моделей, подходов для развития компании называется стратегическим ...
- 55) Модель М. Портера предполагает ... (укажите 5 вариантов ответа)
- 56) При SNW-анализе оценивается состояние ... среды компании по ряду позиций
- 57) По матрице SWOT-анализа сила и слабость предприятия характеризуют ... среду предприятия, то есть его маркетинговые возможности и ресурсы
- 58) К экономическим факторам при PEST-анализе относятся такие, как ... (укажите 4 варианта ответа)
- 59) Исходя из маркетинговых ..., маркетинговая служба фирмы формулирует конкретные задачи маркетингового анализа, дает характеристику ситуации на рыночном сегменте, где планируются операции фирмы, оценивает конкурентоспособность нового товара
- 60) К социальным факторам при PEST-анализе относятся такие, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 61) Анализ макроэкономических факторов предполагает оценку ... (укажите 6 вариантов ответа)
- 62) Для изучения конкурентов и лучших практик на рынке используется метод ..., или эталонного оценивания
- 63) Компания Samsung производит косметику, бытовую химию, электронику, автомобили, белье, одежду. Это разнообразие сфер деятельности имеет место благодаря тому, что Samsung образует конгломерат, покупая другие компании, специализирующиеся в различных сферах деятельности. Какую стратегию роста использует компания? Каковы преимущества данной стратегии?
- 64) Создание нового товара или услуги путем изменения в большей или меньшей степени всех элементов комплекса маркетинга, с целью дать существующему товару или услуге новую жизнь или для создания его нового образа в сознании потребителей – это ...





- 65) Согласно общим требованиям к выбору потребительского сегмента(укажите 3 варианта ответа)
- 66) Принцип, который основан на сегментировании рынка по определенным половозрастным и социальным группам населения, на которые фирма предполагает ориентироваться, называется ... принципом
- 67) Установите последовательность этапов сегментирования рынка:
- 68) Товары при позиционировании должны иметь такие характеристики, как ... (укажите 4 варианта ответа)
- 69) Установите соответствие между критериями макросегментации на производственных рынках и их характеристиками:
- 70) В процессе теоретического анализа сегмента целевого рынка профиль сегмента дополняется такими данными, как ... (укажите 4 варианта ответа)
- 71) Линейное сегментирование по какому-либо одному критерию называется ... сегментированием
- 72) Вид сегментирования, который означает, что все рынки подразделяются по регионам, странам, отраслям освоения, – это ...
- 73) Совместимость сегмента с рынком основных конкурентов предполагает ...
- 74) Целевой маркетинг – это стратегия ...
- 75) Компания должна проводить сегментацию рынка, так как этим обеспечивается ... (укажите 4 варианта ответа)
- 76) К методам позиционирования относится метод ... (укажите 5 вариантов ответа)
- 77) Стратегия, которая базируется на том, что товары, позиционируемые как дорогие и высококачественные, компенсируются в целях защиты от ценовой конкуренции более дешевыми товарами, – это ... стратегия
- 78) Стратегия деятельности на рынке, при которой организация игнорирует различия между разными рыночными сегментами и выходит на весь рынок с одним продуктом, – это ... маркетинг
- 79) У потребителей в случае ... позиционирования товара складывается недостоверная информация о продукте фирмы и ее свойствах из-за того, что слишком часто меняется позиционирование марки





- 80) К объектам сегментации рынка можно отнести ... (укажите 3 варианта ответа)
- 81) Характеристики, определяющие профиль сегмента, – это ...
- 82) В зависимости от природы товара можно выделить такие виды позиционирования, как ... (укажите 2 варианта ответа)
- 83) Индивидуализация продукции под заказ конкретного потребителя при помощи конструктивных или дизайнерских изменений называется ...
- 84) В мире электронной коммерции появилась новая тенденция – скандинавские аукционы (penny auctions). Лот (обычно это дорогая техника) выставляется по рекордно низкой цене, после чего пользователи делают ставки, за которые платят реальными деньгами. В среднем, гипотетический ноутбук (телефон) можно выиграть за 10 % от реальной суммы товара: за счет массовости площадка покрывает стоимость ушедшего за бесценок лота. Какую стратегию позиционирования выбирают организации, следуя данной тенденции?
- 85) Установите соответствие между понятиями и их характеристиками:
- 86) Стоимость будущих денежных потоков, создаваемых торговыми марками, называется марочным ...
- 87) При создании нового товара на этапе оценки и отбора идей проводятся такие мероприятия, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 88) ... процесс – это процесс распространения инновации на рынке
- 89) Дополнительные свойства товара предполагают ...
- 90) Потребители-консерваторы основное внимание при покупке товара уделяют ...
- 91) Свойства товара, представляющие собой инструмент маркетинга, с помощью которого можно регулировать спрос, – это ... свойства
- 92) Невысокий темп роста продаж, убыточная торговля и незначительные маркетинговые расходы характерны для стадии ... товара
- 93) Потребители-новаторы основное внимание при покупке товара уделяют ...
- 94) Установите соответствие между показателями оценки конкурентоспособности и их характеристиками:





- 95) Изменение прежних потребительских свойств товара, а также совершенствование его функциональных характеристик – это ... товара
- 96) Разрастание ассортимента, и использование успешной марки для поддержки товаров в смежных товарных категориях под тем же марочным наименованием – это ... границ марки
- 97) Контейнер, служащий для защиты продукта от внешнего воздействия, называется ...
- 98) Количество выпускаемых ассортиментных групп товаров называется ... товарной номенклатуры
- 99) Товары, приобретаемые без предварительного планирования и поисков, называются товарами ... покупки
- 100) Цена покупки и цена коммерческого использования продукции относятся к ... показателям
- 101) Установите последовательность стратегии анализа уровней предложения товара:
- 102) Товары производственного назначения (промышленные товары) – это товары, которые ...
- 103) Атрибут «товар с подкреплением» обозначает, что ...
- 104) К факторам скорости диффузионного процесса относятся такие, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 105) Магазин KINGSHOE.RU, реализующий обувь SATEG, GABOR, RIEKER и других производителей, добавил модели женской обуви большого размера торговой марки GLORIA производства Санкт-Петербург. Какой подход к расширению ассортимента использует магазин? В чем причины выбора такого подхода?
- 106) Функция рационального размещения производства ...
- 107) Особенность фиксированных цен заключается в том, что они ...
- 108) При определении цены суммированием цен отдельных конструктивных элементов используется ... метод
- 109) Выделение территорий, в пределах которых производитель устанавливает единую цену, соответствует стратегии ...
- 110) ... цена – это цена, устанавливаемая в хозяйственных операциях между различными участниками единой группы компаний





- 111 Если в музее стоимость билетов для студентов и пенсионеров ниже, чем для остальных посетителей, то в этом случае используется такая стратегия корректирования цен, как установление ...
- 112 ... цена – это цена товара на экспорт, которая значительно ниже цены внутреннего рынка; такая стратегия занижения цен рассматривается как нечестная и запрещена международными торговыми договорами
- 113 Смысл стратегии установления цен на продуктовую линию состоит в том, чтобы при помощи цен отразить различие в качестве разных ... позиций
- 114 Процесс формирования цен – это ...
- 115 Установите соответствие между видами стратегий изменения цены и маркетинговыми целями:
- 116 К внутренним факторам ценообразования относят ...
- 117 Точка безубыточности – это ...
- 118 При выводе на рынок товара-имитатора наибольшую удельную прибыль принесет использование стратегии ...
- 119 Компания, принадлежащая или контролируемая другой, называемой материнской компанией, – это ... компания
- 120 В числе факторов «правильного» ценообразования – рыночный спрос, затраты и ...
- 121 Инфляция проявляется в обесценивании денег по отношению к товарам, иностранным валютам и ...
- 122 Уравнение обмена, предложенное И. Фишером, показывает зависимость между такими показателями, как скорость обращения денег, количество денег в обращении, объем производства и ... внутренних цен
- 123 ... функция цены оказывает поощрительное или сдерживающее действие на производство и потребление различных видов товаров
- 124 По мнению специалиста по стратегическому маркетингу Андрея Лукашова, часто причиной незапланированных ценовых войн служит ...
- 125 Установите верную последовательность этапов модели расчета цен на продукцию и услуги:





- 126) В разных заведениях в Америке идентичные товары имеют разные цены. Чашечка кофе с ломтиком яблочного пирога может обойтись потребителю в аптеке-закусочной в \$1,25, в семейном ресторанчике – в \$1,50, в гостиничном кафе – в \$1,75, при подаче в номер в отеле – в 3,00 и в шикарном ресторане – в \$4,00. Заведение каждого следующего уровня может назначить цену выше, ибо сама его атмосфера сообщает товару дополнительные преимущества. Какой метод ценообразования используют продавцы в данном примере? В чем недостатки данного метода ценообразования?
- 127) Длина канала распределения определяется ...
- 128) ... принцип, при построении распределения означает наличие у компании ограниченной номенклатуры выпускаемой продукции
- 129) Канал распределения, характеризующийся наличием контрактного партнерства между компанией и независимым участником, приобретающим право продавать продукцию данной марки и пользоваться фирменным стилем, – это ...
- 130) Основной целью товародвижения является удовлетворение запросов потребителей в ... товаров и услуг
- 131) ... принцип при построении распределения означает наличие у компании широко разветвленной торговой сети
- 132) Распределение товаров в максимально возможном количестве торговых точек представляет собой ... распределение
- 133) При одноуровневом канале распределения цепочка имеет следующую последовательность: «...»
- 134) Стратегия ... товара к маркетинговым решениям включает в себя мотивацию участников канала, определение видов распределения, выбор и взаимодействие участников канала
- 135) Сбыт в маркетинге – это ...
- 136) Установите правильную последовательность звеньев цепочки при двухуровневом канале распределения:
- 137) Крупная независимая посредническая фирма, осуществляющая сбыт на основе оптовых закупок у фирм-производителей и предоставляющая клиентам такие услуги, как хранение и доставка продуктов, – это ...





- 138) Одноуровневый канал распределения выгоден: при плохо изученном рынке; при наличии малого числа сегментов потребительского рынка; при широком ... продукта
- 139) Установите соответствие между стратегиями распределения товара и их характеристиками:
- 140) Недостатком ... экспорта считается то, что экспортирующая фирма утрачивает контроль над вывозимым товаром, что может обернуться проблемами для бренда фирмы
- 141) Документ, удостоверяющий право на получение скидки, возврат денег при его предъявлении или устанавливающий фиксированную цену на указанный в нем товар, – это ...
- 142) ... – это продажа зарубежной компании права на производство своей продукции в зарубежной стране
- 143) Мероприятия по формированию ... направлены на потенциальных клиентов, еще ничего не знающих о товаре и его преимуществах
- 144) Установите порядок выбора структуры канала:
- 145) Говоря о характеристиках магазинов товаров повседневного спроса, можно утверждать, что они представляют собой ...
- 146) Стратегия ... сбыта предполагает, что право продажи принадлежит одному продавцу
- 147) Компания Sony продает потребительские товары в Великобритании через эксклюзивные розничные предприятия Sony Centers, крупные торговые фирмы, такие как сеть магазинов электротехники Comet и Dixons, а также через почтовый заказ по каталогам Grattan и Freeman. К какому типу маркетинговых систем можно отнести пример работы этой компании? Каковы цели данного типа маркетинговых систем?
- 148) Обратная связь с потребителем, позволяющая фирме контролировать продвижение товаров на рынке, относится к ... маркетинговых коммуникаций
- 149) ... частота воздействия – это общее количество контактов целевой аудитории с рекламным носителем в единицу времени
- 150) ... частота – это частота, при которой начинается существенное снижение реакции на рекламу
- 151) В числе задач интегрированных маркетинговых коммуникаций – ... (укажите 3 варианта ответа)





- 152) ... взаимоотношений – это аспект управления взаимоотношениями с клиентами, который фокусируется на лояльности клиентов и долгосрочном взаимодействии с ними
- 153) Установите последовательность элементов маркетинговой коммуникационной схемы:
- 154) Если фирма сначала выделяет средства на все элементы маркетинга, а остаток поступает в бюджет на продвижение – это соответствует методу ...
- 155) Налаживание отношений между компанией и контактными аудиториями посредством создания выгодной репутации, положительного корпоративного имиджа, с одной стороны, и устранением или предупреждением нежелательных слухов и действий – с другой называется ...
- 156) Если фирма разрабатывает бюджет в определенном отношении к текущей вырубке – это соответствует методу ...
- 157) К основным характеристикам рекламы относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 158) Критическая частота – это частота, при которой ... реакции на рекламу
- 159) Установите соответствие между понятиями и их характеристиками:
- 160) ... – это одна из характеристик вирусной рекламы, когда важно создать эффект, при котором захочется об этом думать, обсуждать это, ожидать значимого события или купить продукт
- 161) Установите соответствие между видами бюджета и их характеристиками:
- 162) Поведение потребителя, его познавательная, эмоциональная и поведенческая реакции относятся к ... политики продвижения
- 163) Метод конкурентного ..., применяемый как крупными организациями, так и малыми предприятиями, предполагает установление бюджета на уровне соответствующих затрат конкурентов или предприятий отрасли исходя из печатных источников, сводок профессиональных организаций
- 164) При планировании бюджета продвижения необходимо учитывать несколько факторов, такие как ... (укажите 5 вариантов ответа)





- 165) Фактор, который характеризуется острой конкурентной ситуацией, когда необходимо интенсивно использовать различные средства продвижения и тратить на эти цели больше средств, чем в условиях спокойной конкуренции, – это ...
- 166) Когда продвижение марок, занимающих значимую долю рынка, требует значимых затрат, причем на расширение доли рынка уходит больше средств, чем на поддержание ее на существующем уровне, – это относится к такому фактору, как ... рынка марки
- 167) Рекламное сообщение – это сообщение рекламного характера, имеющее текстовую или визуальную форму, ориентированное на целевую аудиторию и поступающее к адресату с помощью того или иного канала ...
- 168) Сегодня мы читаем и слышим много рекламных сообщений, например, вот пример рекламы фирмы, занимающейся поставками итальянского кофе: «Наш сервис – самый энергичный в мире. Еще бы! Мы занимаемся продажей кофе и не можем себе позволить спать на ходу. Наш фирменный стиль – это радушие, вежливость, широкая улыбка и выгодные условия». Другой пример, реклама электронной библиотеки: «Только представьте, компакт-диск превращает маленький персональный компьютер в огромный книжный шкаф, на полках которого корешком к корешку стоят Акунин и Беляев, Чейз и Лем, Пелевин и Шекли. Цена не просто удивляет, а сбивает с ног – 1250 произведений популярных авторов всего за 250 рублей». Какие мотивы использованы в представленных рекламных сообщениях?
- 169) Установите соответствие между базовыми понятиями маркетинга и их определениями:
- 170) Аналитическая функция маркетинга предполагает ...
- 171) Метод SWOT-анализа ...
- 172) Экономические интересы – это ...
- 173) Составляющие комплекса маркетинга: товар, цена, ...
- 174) Установите соответствие между подсистемами системы общественного производства и элементами этих подсистем:
- 175) Под конъюнктурой рынка понимается определенное соотношение между спросом и предложением как по отдельным товарам и их группам, так и по товарной и ... массе в целом





- 176) Особенность первого этапа развития маркетинга состоит в его разделении на три последовательных периода:
- 177) Внутреннюю среду компании составляют такие элементы, как ... (укажите 5 вариантов ответа)
- 178) Эволюция концепций маркетинга определяется развитием рынка, общества, изменением ... нужд и потребностей, совершенствованием техники и технологий
- 179) Установите правильную последовательность событий в истории маркетинга:
- 180) Поддерживающий маркетинг используется при ... спросе
- 181) Потребность, подкрепленная покупательской способностью, называется ... (укажите 2 варианта ответа)
- 182) Одна из старейших концепций, получившая свое развитие в период до 1920-х гг., – это концепция ...
- 183) Мощная движущая сила развития производства заключается в ...
- 184) Экономика каждой страны представляет собой сложный комплекс ... , связанных между собой процессами обмена
- 185) Использование производственной концепции актуально в случаях превышения спроса над предложением, когда руководство должно искать способы увеличения объемов производства, а также в случае завышенной ... товаров
- 186) Цель маркетинговой деятельности – смягчить кризис ...
- 187) Изучение маркетинговой среды и изучение поведения потребителей можно отнести к ... исследованиям
- 188) Инновационный потенциал организации, маркетинговые посредники, коэффициент рентабельности относятся к факторам ... компании
- 189) Установите правильную последовательность разделов структуры анкеты в маркетинговых исследованиях:
- 190) Установите соответствие между методами количественных исследований и их характеристиками:
- 191) К первичной информации относят ...





- 192) ... маркетинговых данных – это совокупность данных о существующих и потенциальных потребителях, о покупательском поведении в прошлом, возможных покупателях в будущем, о конкурентах
- 193) Установите правильную последовательность основных этапов проведения маркетингового исследования:
- 194) Установите правильную последовательность алгоритма исследования с помощью анкетирования:
- 195) Стандартные перечни вопросов анкеты используют при проведении ... опроса
- 196) Основными методами исследования являются ...
- 197) Основными преимуществами телефона как способа связи с аудиторией являются ...
- 198) Маркетинговая ... – это факты, сведения, числа и другие данные, используемые при анализе и прогнозировании маркетинговой деятельности
- 199) Эталон измерения называется ...
- 200) К исследованиям продуктов и услуг относят ... (укажите 2 варианта ответа)
- 201) Считается, что интервью в большей степени относится к такой группе исследований, как ...
- 202) ... информация – это информация, получаемая в результате полевых исследований
- 203) К исследованиям конкурентов относят ... (укажите 4 варианта ответа)
- 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) ... наблюдение – это наблюдение, которое проводится в том случае, когда нужно наблюдать за поведением человека





- 208 В современных исследованиях применяются четыре вида шкал для измерения различных величин: номинальная, порядковая, интервальная и ...
- 209 Установите правильный порядок проведения PEST-анализа:
- 210 Филип Котлер придумал модель ...
- 211 Определение позиции фирмы на данном рынке или его сегменте и прогноз состояния рынка относится к ...
- 212 Установите соответствие между стадиями жизненного цикла товара и характеристиками типа покупателей на каждой из этих стадий:
- 213 Установите правильную последовательность этапов стратегического маркетингового анализа:
- 214 Установите правильную последовательность этапов процесса стратегического маркетинга, который имеет средний и долгосрочный горизонты:
- 215 Установите соответствие между стадиями жизненного цикла товара и уровнем продаж на каждой из этих стадий:
- 216 Сокращенное название анализа (английская аббревиатура), целью которого являются: определение факторов внутренней среды предприятия, наиболее сильных сторон с целью их совершенствования и развития, ликвидация или перевод слабых сторон в нейтральные и впоследствии в сильные, - ...
- 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 ... - это действия по разработке товарного предложения компании и ее имиджа, направленные на то, чтобы занять обособленное конкурентоспособное место в своей товарной категории и создать благоприятное отношение к компании целевой группы потребителей
- 220 Придание товарам (услугам) отличительных свойств, которые смогут заинтересовывать покупателей и которые отличают товар от предложений конкурентов, относится к стратегии ...





- 221) ... анализ – это метод, являющийся разновидностью ABC-анализа, который применяется для формирования облика (имиджа) нового продукта
- 222) В матрице Маккинси ось X характеризует ...
- 223) ... стратегии – это способы распределения ресурсов между стратегическими единицами
- 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) В числе объектов анализа портфельных матриц – ... (укажите 2 варианта ответа)
- 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) Разработка маркетинговой стратегии компании, по И.В. Липсицу, включает такие этапы, как ... (укажите 4 варианта ответа)
- 229) Установите соответствие между понятиями и их характеристиками:
- 230) ... принцип предполагает, что потребители группируются по принадлежности к определенной социальной группе (классу), по типу личности, образу жизни, моральным принципам
- 231) Особая форма сегментации рынка, где небольшая фирма не имеет сильных конкурентов и может рассчитывать на коммерческий успех, представляет собой ...
- 232) ... товара – это обеспечение конкурентоспособного положения товара на рынке, которое нашло бы отражение в иерархии ценностей, созданной в сознании потенциальных покупателей
- 233) Для достижения большей однородности сегментов на рынке B2B может применяться ... рынка, основанная на показателях, характеризующих деятельность закупочных центров покупателей
- 234) Укажите правильный порядок сегментирования рынка:





- 235) В числе преимуществ стратегии дифференцированного маркетинга – ... (укажите 3 варианта ответа)
- 236) В зависимости от количества выбранных характеристик товара можно выделить такие виды позиционирования, как ... (укажите 2 варианта ответа)
- 237) В качестве критерия сегментирования на рынках B2B на уровне макросегментации используются методы совершения покупок, предполагающие ... (укажите 5 вариантов ответа)
- 238) ... сегмента – это возможное количество продаж товаров данной группы в зависимости от экономической и политической ситуации
- 239) Установите соответствие между понятиями и их характеристиками:
- 240) Образование сегментов на основе нескольких переменных различных групп – это сложное ... сегментирование
- 241) При сегментации необходимо учитывать, что ... (укажите 3 варианта ответа)
- 242) Существенность сегмента предполагает ...
- 243) Наиболее распространенный способ сегментирования промышленных рынков – это использование описательных характеристик, таких как отрасль, размер компании, географическое положение и обслуживаемый ... рынок
- 244) ... сегментирование – это сегментирование по сущностным критериям (потребностям, искомым выгодам)
- 245) В числе наиболее распространенных методов сегментирования рынка – ... (укажите 2 варианта ответа)
- 246) Стратегия выхода на рынок с разными продуктами – это ... маркетинг
- 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 стадиями жизненного цикла товара и их характеристиками:





- 251 Оборонительная стратегия в рамках деятельности компании на целевых рынках и используемого комплекса маркетинга заключается в ...
- 252 ... цикл товара – это ограниченный период пребывания товара на рынке
- 253 Активная стратегия заключается в рамках деятельности компании на целевых рынках и используемого комплекса маркетинга заключается в...
- 254 Установите правильный порядок ценообразования на основе себестоимости:
- 255 ... товар – это продукция, услуга или идея, воспринимаемые некоторыми потенциальными потребителями как новинки
- 256 Функциональные свойства товара обусловлены ...
- 257 Товарная политика включает в себя ассортиментную политику, а также предполагает использование товарных ...
- 258 Цель маркетинга на стадии спада – в ...
- 259 ... товарной политики – это оптимизация ассортимента; установление темпов обновления ассортимента в целом; определение оптимального соотношения между новыми и старыми продуктами в производственной программе
- 260 При выходе на рынок с принципиально новым товаром используется стратегия ...
- 261 ... стратегия используется с целью сохранения своей доли рынка, когда часть рынка завоевана, но товар утрачивает спрос
- 262 Установите правильный порядок ценообразования на основе ценности:
- 263 Кривая с повторным циклом может возникнуть ... (укажите 3 варианта ответа)
- 264 Для стратегии управления товарным ассортиментом в рамках реализации товарной политики компании, которая называется «наращиванием ассортимента», ...
- 265 Ценой на покупку и доставку товара обусловлены ... свойства товара
- 266 Тестирование нового продукта проводится ...





- 267) ... нового товара – это процесс создания оригинальных изделий, модифицированных существующих товаров, выпуск новых торговых марок, являющихся для рынка новинками
- 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 понятиями и их характеристиками:
- 271) В ряду необходимых условий рыночного ценообразования – ... (укажите 4 варианта ответа)
- 272) ... цена – это зафиксированная в договоре цена, которая меняется в момент поставки, если изменилась рыночная цена товара, установленная по оговоренному в контракте источнику
- 273) Товары с ... спросом по цене – это легко заменяемые товары
- 274) Установите правильную последовательность этапов процесса формирования розничной цены:
- 275) Стратегия ... цены в рамках стратегии ценообразования компании означает взвинчивание цены товара по отношению к его качеству
- 276) Стратегия среднего уровня применительно к соотношению показателей цены и качества товара компании используется в условиях ..., когда производитель не хочет использовать стратегию ограбления
- 277) ... цены – это цены, по которым товары реализуются конечному потребителю в ограниченном количестве
- 278) Для стратегии снятия сливок при выводе компанией на рынок нового товара характерно ... (укажите 3 варианта ответа)
- 279) ... цена есть результат конкурентного сопоставления цены спроса и цены предложения при различных значениях спроса и предложения
- 280) Соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах или в долях единицы, представляет собой ... цены.
- 281) В числе типичных условий применения стратегии проникновения при выводе компанией на рынок нового товара – ситуация, когда ... (укажите 3 варианта ответа)





- 282) Если маркетинговой целью служит стабилизация рынка, то фирма устанавливает ...
- 283) Алгоритм расчета цены на основе совокупных издержек при затратном ценообразовании компании производится в следующем порядке:
- 284) Обычно цена набора товаров ... на товары
- 285) В качестве базовой цены как ориентира для внесения поправок или фиксации уровня цены при заключении сделки используются ... (укажите 3 варианта ответа)
- 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) В рамках товарной номенклатуры используются такие стратегии, как ... (укажите 4 варианта ответа)
- 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 группами каналов распределения и их характеристиками:
- 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) Процесс разработки решений и конкретный действий, направленных на организацию эффективного продвижения товаров от производителей к конечным потребителям, – это ...
- 293) ... сбыта – это мероприятия, направленные на клиентов, принявших решение о покупке или уже купивших товар
- 294) ... принцип при построении распределения означает наличие у компании значительной номенклатуры готовой продукции, распределяемой по нескольким каналам распределения
- 295) ... покрытие рынка – это отношение показателей эффективного распределения к интенсивному распределению
- 296) Установите правильную последовательность звеньев материального потока:





- 297) Установите правильную последовательность элементов цепочки трехуровневого канала распределения:
- 298) Рынок лидеров в своей категории – это рынок ... изготовителей
- 299) ... канала распределения– это показатель, который определяется числом участников в каждом звене канала распределения
- 300) Элементами системы товародвижения являются такие, как ... (укажите 5 вариантов ответа)
- 301) ... продвижение – это продвижение, при котором компанией делается акцент на представлениях о престижности, чувстве долга, патриотизме, воспоминаниях
- 302) К оценке вариантов при выборе структуры каналов относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 303) Скоропортящиеся и громоздкие товары (большие транспортные расходы) и товары высокой технологической сложности, которые нуждаются в послепродажном обслуживании, выгоднее распределять по ... каналам
- 304) При анализе требований покупателей к уровню обслуживания при выборе структуры каналов рассматриваются такие моменты, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 305) Оповещение как функция продвижения ...
- 306) В числе основных элементов системы формирования спроса и стимулирования сбыта – ... (укажите 4 варианта ответа)
- 307) Напоминание как функция продвижения ...
- 308) Убеждение как функция продвижения ...
- 309) Установите соответствие между видами рекламной стратегии и их характеристикой:
- 310) Медиапланирование – это процесс формирования ... распространения рекламы
- 311) Информирование потребителей о товарах и формирование сегмента потенциальных покупателей относятся к такой стадии маркетинга, как ...
- 312) К видам рекламной стратегии относятся такие, как ... (укажите 3 варианта ответа)





- 313 Программы по медиапланированию позволяют ... (укажите 4 варианта ответа)
- 314 ... определяет количество появлений рекламных обращений в каждом из запланированных носителей рекламы
- 315 Установите соответствие между понятиями и их характеристиками:
- 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 Стимулирование ... направлено как на торговлю, так и на потребителей
- 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 Торговую эффективность при оценке эффективности рекламы можно определить через ... (укажите 3 варианта ответа)
- 321 К недостаткам вирусной рекламы можно отнести тот факт, что целевая аудитория ограничена рамками сети ...
- 322 Коммуникативную эффективность при оценке эффективности рекламы можно определить через ... (укажите 2 варианта ответа)
- 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 Установите правильный порядок движения информации в рамках коммуникации в классическом виде:
- 326 Броская, эффектная, запоминающаяся реклама иллюстрирует такую характеристику рекламы, как ...
- 327 Установите правильный порядок движения информации в рамках коммуникации в классическом виде:





- 328) Выявление целевой аудитории, построение имиджа и обеспечение согласованной работы между сотрудниками компании – все это относится к ... интегрированных маркетинговых коммуникаций
- 329) Фирма производит канцелярские товары без изучения спроса на данном рынке, ориентируясь на агрессивные формы продвижения. На какой концепции маркетинга основана деятельность данной фирмы? Ответ обоснуйте.
- 330) Мебельная фабрика производит недорогую практичную мебель не лучшего качества, однако продукция фирмы широко представлена в торговой сети. На какой концепции маркетинга основана деятельность данной фирмы? Ответ обоснуйте.
- 331) На рынке г. Дмитрова с 2002 г. функционирует общество с ограниченной ответственностью ООО «Петров и К°» – кондитерский комбинат, выпускающий шоколадные конфеты, печенье, пряники, рулеты и вафли. В 2019 г. комбинат решил провести маркетинговое исследование, целью которого было выявить предпочтения потребителей в отношении шоколадных конфет. За последние три года продажи составили 200, 291, 392 тыс. руб. (за 2019, 2020 и 2021 гг. соответственно). Какой тип исследований, полевое или кабинетное, следует провести комбинату и почему? Рассчитайте прогноз объема продаж шоколадных конфет в 2022 г.
- 332) Число абонентных номеров квартир в телефонной книге (N) было равно 25 000; по данным пробного обследования была рассчитана дисперсия $s^2 = 1$ тыс. руб.; заданная предельная ошибка выборки (D) не должна превышать $\pm 0,2$ тыс. руб. коэффициент доверия (t) при вероятности 0,954 составил 2. Определите численность и порядок отбора механической выборки (n). Приведите расчеты.
- 333) Общество с ограниченной ответственностью ООО «ВкусВилл» имеет сильные и слабые стороны, возможности и угрозы (см. таблицу 1). Таблица 1. Матрица для SWOT-анализа ООО «ВкусВилл» Известны сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для существующей интернет-стратегии ООО «ВкусВилл», (см. таблицу 2). Таблица 2. Матрица для SWOT-анализа существующей интернет-стратегии На основе представленных данных какие стратегии порекомендовать на будущее для сохранения позиции компании на рынке?





- 334) Маркетолог решил провести PEST-анализ общества с ограниченной ответственностью ООО «Радость», работающего в сфере общественного питания. Он выявил политические, экономические, социальные и технологические факторы, которые влияют на организацию извне. Маркетолог оценил каждый фактор по пятибалльной шкале: 5 – сильное влияние, 4 – среднее влияние, 3 – влияние ниже среднего, 2 – слабое влияние, 1 – очень слабое влияние. Сила влияния на каждый фактор оценивалась по трехбалльной шкале – от 1 до 3. Для этого маркетолог составил матрицу PEST-анализа. Таблица представлена по убыванию влияния каждого фактора. Таблица 1. PEST-анализ ООО «Радость»
Таблица 2. Возможные решения для компании. Какие можно сделать выводы о возможных изменениях и угрозах для компании на основании таблиц 1 и 2? Какие можно предложить решения для противостояния экономическим факторам?
- 335) На основе карт восприятия и карты потребительских предпочтений была составлена карта позиционирования легковых автомобилей. Но маркетолог не заполнил карту до конца. Карта позиционирования легковых автомобилей. Дозаполните карту, указав на всех квадрантах зарубежные марки автомобилей, которые подходят под данные предпочтения.
- 336) Реклама одного из автомобилей компании «Тюнингфар» выглядела так: «Выдели свой автомобиль в потоке ночного города. Теперь этот эксклюзив доступен не только обладателям BMW, но и владельцам авто любой другой марки, в том числе российской (ВАЗ, ГАЗ, Москвич). Светодиодные габаритные кольца понравятся как любителям тюнинга, так и приверженцам классики. Ангельские глазки не изменят облик твоего авто, лишь выделяют его в потоке ночного города и добавят стиля». Какая стратегия позиционирования была выбрана компанией «Тюнингфар»?
- 337) В таблице представлена товарная номенклатура компании Procter & Gamble. Характеристики товарной номенклатуры компании Procter & Gamble. Какова в количественном выражении широта и глубина товарной номенклатуры, представленная в таблице? Является ли данная номенклатура гармоничной?





- 338 Интернет-магазин предлагает различные модели автомобилей, выполненные в масштабе 1:43 и 1:72. Ассортимент включает модели белорусских производителей (грузовых автомобилей МАЗ, КЗКТ, МЗКТ, Белаз); российских производителей (полуприцепов, грузовых автомобилей КРАЗ, автобусов и троллейбусов ЗИЛ, ПАЗ, ЛАЗ, ЗИС, ЛИАЗ, ЗИУ); европейских производителей (грузовых автомобилей NZG, Minichamps). В разделе «Новости» на сайте компании было объявлено о добавлении в ассортимент новых моделей: МАЗ 503А, МАЗ 53371, КРАЗ 255, МЗКТ 74132, МЗКТ 79094. Какой подход к расширению ассортимента использует компания? Каковы причины принятия подобного решения руководством компании?
- 339 На территории страны сложились величины процента прибыли от розничной цены, которые приведены в таблице ниже. Многие продавцы стали активно пользоваться этими ориентирами. Процент прибыли от розничной цены Какой метод ценообразования используют продавцы? В чем недостатки данного метода ценообразования?
- 340 Маркетолог в компании работает с данными, представленными в таблице. Известно, что постоянные издержки Ипост = 300 тыс. д. е., переменные издержки Ипер = 10 д. е. Какие выводы можно сделать на основе анализа данных, приведенных в таблице?
- 341 Компания Adidas работает через сеть из более чем ста филиалов, совместных предприятий и представительств, расположенных в разных странах мира. Дистрибуторская политика компании построена на основе деления мира на пять регионов: Европа/Ближний Восток, Африка, Северная Америка, Азия/Тихоокеанский регион, Латинская Америка. В России продукция компании представлена более чем в 300 магазинах. Сама компания владеет 11 фирменными магазинами, расположенными в Москве, Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону, Новосибирске и других городах. К какому типу стратегии охвата рынка можно отнести данный комплекс мер? Каковы преимущества данной стратегии охвата рынка?
- 342 Производитель имеет в активе два склада – «А» и «Б». Капитальные вложения на сооружение склада «А» составили 3,3 млн д. е., «Б» – 2,5 млн д. е. Коэффициент эффективности капитальных вложений в обоих случаях принят за 0,15. Годовые издержки на содержание помещений по складу «А» – 0,1 млн д. е., «Б» – 0,3 млн д. е. Годовые суммарные затраты производителя по каждому варианту склада одинаковы и равны 0,9 млн д. е. Определите, какой склад расположен ближе к предприятию-производителю, если условия доставки товаров примерно одинаковы.





- 343) Сегодня мы читаем и слышим много рекламных сообщений. Вот несколько примеров. Реклама ювелирных изделий: «Стремление быть в авангарде моды находит отражение во всех наших коллекциях». Реклама охранной сигнализации: «За сколько секунд вы наберете 02?». Реклама детского пансионата: «Мы знаем, что нам здесь понравится». Реклама образовательного центра: «У нас для вас три новости: одна плохая и две хорошие. Плохая новость: английский язык учить надо. Хорошая новость № 1: выучить английский язык можно просто. Хорошая новость № 2: воспользуйтесь бесплатным уроком». Какие мотивы использованы в представленных рекламных сообщениях?
- 344) Сеть магазинов «Торговый дом Лонда» (оптово-розничная продажа парфюмерно-косметической продукции) в преддверии весенних праздников предложила покупателям сюрприз. Покупатель вынимает скретч-карту, стирает защитный слой и сразу видит, какая сумма возвращается обратно. Какой ценовой метод стимулирования потребителей использовала компания? Каковы особенности метода?

