



## Маркетинг.ои(dor\_БАК\_РиСО)

- 1 Аналитическая функция маркетинга предполагает ...
- 2 Все маркетинговые цели в компании можно дифференцировать на три основные группы, в числе которых – цели, ...
- 3 Экономические интересы – это ...
- 4 К первичной информации относят ...
- 5 Стандартные перечни вопросов анкеты используют при проведении ... опроса.
- 6 Что является основными преимуществами телефона как способа связи с аудиторией?
- 7 В большей степени анкетирование относится к ... исследованиям.
- 8 Дэвид Кревенс в разработке маркетинговой стратегии выделяет такие шаги, как ...
- 9 К основным принципам стратегии маркетинга относят принцип ...
- 10 Стратегический маркетинговый анализ необходим при решении таких задач, как ...
- 11 В матрице Маккинси ось X характеризует ...
- 12 В качестве критерия сегментирования на рынках B2B на уровне макросегментации используются методы совершения покупок, предполагающие ...
- 13 Вертикальное сегментирование – это ...
- 14 Дедуктивный метод сегментации – это ...
- 15 Индуктивный метод сегментации – это ...
- 16 Критериальный подход в сегментации – это ...
- 17 При сегментации необходимо учитывать, что ...



- 18) Гребешковая кривая как вид жизненного цикла товара характерна для ...
- 19) В процессе тестирования упаковки обследуются ... характеристики.
- 20) Для стратегии управления товарным ассортиментом в рамках реализации товарной политики компании, которая называется «наращиванием ассортимента», ...
- 21) Какая характеристика относится к производственной концепции маркетинга?
- 22) Какая характеристика относится к товарной концепции маркетинга?
- 23) Какая характеристика относится к концепции традиционного маркетинга?
- 24) Какие элементы подсистем относятся к подсистеме «Вход» системы общественного производства?
- 25) Какие элементы подсистем относятся к подсистеме «Процесс» системы общественного производства?
- 26) Какие элементы подсистем относятся к подсистеме «Выход» системы общественного производства?
- 27) Какие элементы подсистем относятся к подсистеме «Потребители» системы общественного производства?
- 28) Согласно какой концепции, цель маркетинга – создание, распространение и продвижение товара с более высокой ценностью для выбранных целевых рынков более эффективными, чем у конкурентов способами?
- 29) Какой период соответствует следующей особенности первого этапа развития маркетинга – «Совершенствование производства на общем фоне превышения спроса над предложением»?
- 30) Какой период соответствует следующей особенности первого этапа развития маркетинга – «Сосредоточение внимания производителей на совершенствовании выпускаемых товаров за счет повышения их качества в связи с ростом объемов продаж»?
- 31) Какой период соответствует следующей особенности первого этапа развития маркетинга – «Организация сбыта за счет интенсификации коммерческих усилий на общем фоне превышения предложения над спросом»?
- 32) Какие цели отражают сущность маркетинга наиболее полно?





- 33) О какой концепции речь? «Одна из старейших концепций, получившая свое развитие в период до 1920-х гг.»
- 34) Какие исследования называются каузальными?
- 35) Какие исследования относятся к маркетинговым?
- 36) Какое исследование представляет собой систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространение и использование информации для оценки маркетинговых возможностей?
- 37) Что относят к факторам микросреды компании?
- 38) Эталон измерения называется ...
- 39) Какая характеристика основных недостатков относится к почтовому опросу?
- 40) Какая характеристика основных недостатков относится к телефонному опросу?
- 41) Какая характеристика основных недостатков относится к фокус-группе?
- 42) Какая характеристика основных недостатков относится к индивидуальному интервью?
- 43) Определение позиции фирмы на данном рынке или его сегменте и прогноз состояния рынка относится к ...
- 44) Какой уровень продаж у стадии жизненного цикла «Выведение»?
- 45) Какой уровень продаж у стадии жизненного цикла «Рост»?
- 46) Во время анализа внешней среды можно использовать такие методы, как ...
- 47) 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 - ...
- 48) При SNW-анализе оценивается состояние ... среды компании по ряду позиций.





- 49 Придание товарам (услугам) отличительных свойств, которые смогут заинтересовывать покупателей и которые отличают товар от предложений конкурентов, относится к стратегии ...
- 50 Таргетирование – это ...
- 51 Сегментирование – это ...
- 52 Позиционирование – это ...
- 53 Кастомизация – это ...
- 54 Массовый маркетинг – это ...
- 55 Стратегия ... делает опору на эффективность труда и подразумевает: тщательную проверку устойчивых расходов, тщательную разработку новых товаров, инвестиции в производство, невысокие маркетинговые коммуникационные издержки.
- 56 Особая форма сегментации рынка, где небольшая фирма не имеет сильных конкурентов и может рассчитывать на коммерческий успех, представляет собой ...
- 57 В числе преимуществ стратегии дифференцированного маркетинга – ...
- 58 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 ...
- 59 Недифференцированный (массовый) маркетинг – это стратегия ...
- 60 В числе наиболее распространенных методов сегментирования рынка – ...
- 61 Логотип – это ...
- 62 Товарный знак – это ...
- 63 Конкурентоспособность – это ...





- 64 Оборонительная стратегия в рамках деятельности компании на целевых рынках и используемого комплекса маркетинга заключается в ...
- 65 Диффузионный процесс заключается в ...
- 66 Активная стратегия заключается в рамках деятельности компании на целевых рынках и используемого комплекса маркетинга заключается в...
- 67 К ... свойствам товара относятся дизайн, привлекательность, соответствие определенному стилю, моде.
- 68 Товарная политика включает в себя ассортиментную политику, а также предполагает использование товарных ...
- 69 Тестирование нового продукта проводится ...
- 70 Жестко фиксированные цены – это тип цен, ...
- 71 Регулируемые цены – это тип цен, ...
- 72 Свободные цены – это тип цен, ...
- 73 Фиксированные цены – это тип цен, ...

