



Маркетинговая деятельность в сфере культуры и искусств.дпо

- 1 Деятельность, направленная на формирование и удовлетворение спроса в так называемом «пространстве свободного времени» или пространстве досуга, в рамках которой вырабатываются разнообразные способы, используются специальные технологии и приемы называется...
- 2 Метод завоевания и удержания спроса в продвижении досугового продукта путем создания образа «фирменного» товара в сознании потребителей называется...
- 3 К какой группе маркетинговых задач относится изучения состояния рынка культурных услуг, анализ сложившейся ситуации и оценка обозримых перспектив, возможных направления развития рынка:
- 4 Разделение рынка на группы покупателей, обладающих схожими характеристиками, с целью изучения их реакции на тот или иной товар/услугу и выбора целевых сегментов рынка называется...
- 5 К какой группе маркетинговых задач относится сбыт и реализация услуг.
- 6 Совокупность всех субъектов и сил, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность организации и включающих в себя экономические, политические, социокультурные, демографические, научно-технические факторы, называется...
- 7 Метод маркетингового исследования, заключающийся в целенаправленном обращении к конкретной группе людей с целью выяснения их мнения и взглядов, потребностей называется маркетинговый:
- 8 Уровень цен на продукцию учреждения культуры формируется в зависимости от...
- 9 Совокупность экономических и организационных мер, направленных на достижение с помощью цен высоких результатов хозяйственной деятельности фирмы, обеспечение устойчивого сбыта, получения высокой прибыли называется ценовая...





- 10) Различают две формы социального маркетинга. Прямая форма социального маркетинга осуществляется за счет продажи потребителям своей продукции – товаров и услуг). Вторая форма осуществляется за счет бюджетных средств, грантов благотворительных фондов, спонсорской поддержки и частных пожертвований) для реализации социально востребованных культурных проектов и программ, направленных на удовлетворение общественно значимых потребностей. Укажите вторую форму социального маркетинга:

