



## Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Без ИМ

- 1 Принципы маркетинга – это ...
- 2 Сущность маркетинга состоит в том, чтобы ...
- 3 Принципы маркетинга ...
- 4 В маркетинге используется принцип ...
- 5 Принцип многовариантности используется ...
- 6 В маркетинге, как и в любой другой науке, используется ...
- 7 Под методом, как известно, понимается система ...
- 8 Производитель товара; отдел маркетинга, который непосредственно выступает на рынке; посредник; коллективный потребитель; розничный торговец; конечный потребитель – все это ...
- 9 Для крупных фирм ключевое значение имеет ...
- 10 Неверно, что при анализе и прогнозировании маркетинговых систем можно обойтись без ...
- 11 Эластичность спроса/предложения проявляется в чрезвычайной его гибкости и изменчивости, тесной зависимости от влияния различных ...
- 12 Инструментом числового измерения эластичности является такой показатель (коэффициент), как ...
- 13 Отдельные группы спроса по доходу имеют различную степень эластичности, а их общая характеристика определяется как средняя величина из ... показателей
- 14 В маркетинговом исследовании осуществляется расчет коэффициента ... эластичности цен
- 15 Ценовая эластичность спроса проявляется в виде эффекта связи ...





- 16) Конкурентный анализ выявляет те черты внутренней и внешней среды компании, которые наиболее значимо влияют на ...
- 17) Анализ конкурентной среды обычно используется для анализа ... одиночного бизнеса
- 18) Модель пяти сил для конкурентного анализа предложил использовать ...
- 19) Угроза увеличения конкуренции, особенно ценовой, возрастает в период ...
- 20) Экономическими и эмоциональными факторами, которые удерживают компанию, даже если доходы малы, являются ...
- 21) К задачам и целям маркетингового исследования относят ...
- 22) Одним из важнейших направлений маркетинговых исследований является ...
- 23) Бесперспективным исследованием в плане получения достоверных результатов в продвижении продукта является ...
- 24) Одной из маркетинговых школ в США является ...
- 25) Применение количественных методов при маркетинговых исследованиях весьма затруднено, что обусловлено ...
- 26) К внутренним источникам в маркетинге относят ...
- 27) К внешним источникам в маркетинге относят ...
- 28) К методам проведения маркетинговых исследований следует отнести ...
- 29) Маркетинговые исследования – это систематический сбор ... по проблемам, относящимся к маркетингу
- 30) Многомерные методы используются для ...
- 31) Задача маркетолога – понять, что происходит в сознании потребителя ...
- 32) Каждая культура состоит из частных ...
- 33) Практически каждое современное общество подразделяется на различные ...





- 34) ... – это набор действий, исполнения которых ожидают от человека окружающие его лица
- 35) ... считается мотивация, которая основана на нуждах человека, так как она не требует дополнительного подкрепления
- 36) Стремление, связанное с чувством собственного достоинства, честолюбием, самолюбием, – это мотив ...
- 37) ... – это процесс отбора, организации и интерпретации индивидом поступающей извне информации и создание целостной картинки
- 38) ... – это определенные изменения в поведении человека, происходящие по мере накопления им опыта
- 39) Модель покупательского поведения можно изобразить в виде черного ...
- 40) ... – это устойчивая положительная или негативная оценка человеком объекта или идеи, испытываемые к ним чувства и направленность возможных по отношению к ним действий
- 41) Эластичность спроса позволяет измерить степень реакции ...
- 42) Чувствительность рынка – это ...
- 43) Закон Энгеля в маркетинге – это правило, согласно которому поведение потребителя связано с ...
- 44) Условием оптимального уровня ценовой эластичности спроса является ...
- 45) Эмпирический коэффициент эластичности характеризует изменение ... одного из социально-экономических признаков на 1 %
- 46) Перекрестная эластичность – это отношение процентного изменения ...
- 47) Общая характеристика различных групп спроса определяется как ... частных показателей

