



Маркетинговые исследования.

- 1) Объектом маркетингового исследования ...
- 2) Такие методы маркетингового исследования, как фокус-группа и глубинное интервью, относятся к ...
- 3) На четвертом этапе маркетингового исследования ...
- 4) Материал для размышления и неформальных оценок, позволяющих безотлагательно принять решение о выходе на рынок, дает ... исследование
- 5) Исследование, проводимое для выявления и моделирования причинно-следственных связей деятельности фирмы с факторами окружающей среды, – это ... исследование
- 6) Ряд требований к модели маркетингового исследования сформулировал известный американский маркетолог ...
- 7) Кривая ... – это модель, отражающая обратную зависимость удельных издержек/затрат фирмы от доли рынка
- 8) Маркетинговая модель, отражающая обратную зависимость времени производства (и соответственно себестоимости) от роста объема производства товаров, – кривая ...
- 9) Определите порядок основных разделов плана маркетинговых исследований:
- 10) Маркетинговые модели, которые отражают и измеряют причинно-следственные связи между различными рыночными явлениями и процессами (показывают, как изменяется изучаемое явление/процесс при воздействии на него другого/других рыночных и иных явлений и процессов), – это ...
- 11) ... наблюдение предполагает характеристику массовых рыночных явлений и процессов, выраженных в количественной форме и базирующихся на действии закона больших чисел
- 12) Точность и надежность измерений при расчете коэффициента ... обеспечиваются использованием двух и более наблюдателей, регистрирующих одно и то же событие
- 13) Точность и надежность измерений при расчете коэффициента устойчивости обеспечиваются ...





- 14) В маркетинговых исследованиях номинальные шкалы используются для ...
- 15) ... – обеспечение руководства фирмы результатами оценки маркетинговой деятельности и внесение коррективов в ее планы, а также постоянный контроль в маркетинге
- 16) Небольшая группа людей, объединенных по определенным критериям, способности и интеллект которых на ограниченное время сконцентрирован на заданной теме, – это ...
- 17) Неверно, что схема анкеты, используемой в маркетинговом исследовании при анкетировании, включает блок «...»
- 18) Мозговой штурм – это ...
- 19) Рэнкинг – это ...
- 20) Оперативный маркетинговый анализ от стратегического отличается ...
- 21) Стратегический маркетинговый анализ – это ...
- 22) Предметом маркетингового анализа ...
- 23) Объектом маркетингового анализа являются ...
- 24) Конъюнктура рынка представляет собой ...
- 25) Индикатор рынка – это ...
- 26) Конъюнктурный анализ является областью исследования ... маркетинга
- 27) Емкость рынка представляет собой ...
- 28) Тренд – это ...
- 29) В узком смысле слова индексом (динамическим) называется ...
- 30) Прогнозирование рынка представляет собой ...
- 31) Установите правильную последовательность сменяющих друг друга реакций рынка: ...





- 32) Метод, который базируется на гипотезе, что соответствующим образом обработанное коллективное мнение экспертов, обладающих соответствующими знаниями, является достаточно надежным и достоверным, – это ...
- 33) Значения коэффициента эластичности ... можно интерпретировать как эскалацию или отпор конкурентов
- 34) Коэффициент перекрестной эластичности спроса – это ...

