



Маркетинговые исследования.01

- 1 Входит ли в маркетинговый цикл маркетинговое исследование?
- 2 Считаете ли Вы, что маркетинговое исследование может ограничиться сбором и обработкой маркетинговой информации?
- 3 Определите порядок этапов плана маркетинговых исследований:
- 4 Чем в маркетинговом исследовании матричный принцип организации отличается от функционального?
- 5 В чем заключается отличие методологии формализованного маркетингового исследования от неформализованных методов исследования?
- 6 Чем обеспечивается достоверность маркетингового исследования?
- 7 К какому типу относится маркетинговое исследование, имеющее своей целью выявление и моделирование взаимосвязей с факторами окружающей среды данной фирмы?
- 8 Мониторинг в маркетинге - это:
- 9 Анкетирование - это:
- 10 Выберите одно из трех определений, которое по Вашему мнению, наиболее точно соответствует понятию маркетингового исследования?
- 11 Что представляет собой маркетинговая информация?
- 12 Что входит в понятие информационной культуры маркетинга?
- 13 Для маркетинговых целей были использованы материалы, опубликованные в статистическом сборнике. К какому виду информации относятся использованные данные?
- 14 Панель потребителей - это:
- 15 В чем заключается разница между открытым и закрытым вопросом? Открытый вопрос это:
- 16 Что такое контент-анализ? Он представляет собой:



- 17) Важным источником маркетинговой информации считается:
- 18) Небольшая группа людей, объединенная по определенным критериям, способности и интеллект которых на ограниченное время сконцентрированы на заданной теме - это:
- 19) Какой блок схема анкеты не включает:
- 20) Мозговой штурм - это:
- 21) Как Вы считаете, предметом маркетингового анализа является:
- 22) Объектом маркетингового анализа являются:
- 23) Чем отличается оперативный маркетинговый анализ от стратегического?
- 24) Что собой представляет конъюнктура рынка?
- 25) Что такое индикатор рынка?
- 26) Целью маркетингового анализа является:
- 27) Что такое стратегический анализ рынка?
- 28) Как определяется доля рынка?
- 29) Что собой представляет емкость рынка?
- 30) В чем проявляется сущность пропорциональности рынка?
- 31) Что собой представляет трендовая модель динамики рынка?
- 32) Как определить темп роста развития рынка?
- 33) Индекс физического объема товарооборота представляет собой:
- 34) В чем проявляется устойчивость развития рынка?
- 35) Прогнозирование рынка представляет собой:
- 36) Что такое тестирование рынка?



- 37) Сигнальная информация в рыночной деятельности это:
- 38) Как оценить надежность прогноза развития рынка?
- 39) Экстраполяция развития рынка представляет собой:
- 40) Сезонная волна в развитии рынка это:
- 41) Что собой представляют реакции рынка?
- 42) Что собой представляет фактор состояния/развития рынка?
- 43) Как изменяется спрос на потребительском рынке при изменении цен и доходов?
- 44) Что входит в понятие сегментации рынка?
- 45) Какие рыночные категории больше всего подвержены воздействию внешних факторов?
- 46) Эластичность может быть:
- 47) Какое определение Вы даете коэффициенту эластичности спроса?
- 48) Коэффициент эластичности не может принимать значение:
- 49) Регрессионный анализ - это:
- 50) Что такое перекрестная эластичность спроса?
- 51) Конкурентный анализ - это:
- 52) Коэффициент конкурентоспособности - это:
- 53) Анализ неценовой конкуренции представляет собой:
- 54) К анализу коммерческого риска относится:
- 55) Лидером рынка является товар, доля которого составляет:
- 56) Модернизацией товара считается:





- 57) Анализ конкурентной роли товара включает:
- 58) Инновационная политика в конкурентном анализе представляет собой:
- 59) Анализ конкурентной среды - это:
- 60) Стратегическая матрица, ориентированная на выявление коммерческого риска, представляет собой:
- 61) Покупательское поведение - это:
- 62) Покупательское решение - это:
- 63) Потребность - это:
- 64) Потребительский суверенитет покупателя - это:
- 65) Анализ покупательского поведения направлен на установление:
- 66) К лояльным потребителям можно отнести:
- 67) Магазин продал жителю города N 0,5 кг. колбасы. Скажите, к какой форме торговли относится данная продажа:
- 68) Потребитель - это:
- 69) Что такое процесс признания товара?
- 70) К какому типу покупателей относятся лица, приобретающие товар-новинку по повышенной цене?
- 71) Концепция современного маркетинга ...
- 72) Цепь последовательных действий по доведению товара до потребителя, начинающихся и завершающихся маркетинговым исследованием, - это ...
- 73) Современная концепция маркетинга заключается ...
- 74) Само предприятие и силы, входящие в микросреду его маркетинга, является ... маркетингового исследования
- 75) Критическая зона риска соответствует пределу ...





- 76) Использование качественных оценок и описаний, ориентировочных характеристик, графического моделирования – это ...
- 77) Соотнесите этапы маркетингового исследования с их содержанием ...
- 78) Исследование, проводимое для выявления и моделирования причинно-следственных связей деятельности фирмы с факторами окружающей среды и т.д. – это ... исследование
- 79) Модель, отражающая обратную зависимость времени производства (и соответственно себестоимости) от роста объема производства товаров, – это ...
- 80) ... – рыночный процесс, где потребность выступает в форме покупательского спроса, т.е. обмена товаров на деньги в соответствии с желаниями и возможностями потребителей.
- 81) План маркетингового исследования состоит из ... разделов
- 82) Совокупность различных документов и отдельных массивов документов и других информационных систем, связанных с рыночной деятельностью, – это ...
- 83) Получение количественных или качественных характеристик о социальных процессах и явлениях, связанных с рыночной деятельностью, – это ... наблюдение
- 84) Научно организованный сбор, оценка и использование первичной информации, предназначенной для удовлетворения информационно-аналитических потребностей маркетинга, – это ...
- 85) ... – это получение текущей информации о внешней среде маркетинга
- 86) ... – это событие, которое произошло позднее, чем запомнилось респонденту
- 87) Дескриптивное исследование – это ...
- 88) Характеристика высказанных группой компетентных специалистов согласованных мнений о каком-либо явлении и процессе – это ...
- 89) Сочетание условий и обстоятельств, создающих конкретную обстановку и расстановку сил, – это ...
- 90) Количество товаров, которое рынок способен поглотить (приобрести) за определенный срок и при данных условиях, – это ...





- 91) Графическое или математическое выражение закономерности динамического развития, т.е. отражение основной тенденции изменений изучаемого явления – это ...
- 92) ... – относительный показатель, характеризующий динамику величины, состоящей из совокупности элементов, непосредственно не поддающихся суммированию
- 93) Модель Портера – это ...
- 94) Реакция рынка на маркетинговые действия, обусловленная отношением к покупке и ее оценкой, – это ... реакция
- 95) Маркетинговая информация – это ...
- 96) Товар считается неэластичным, если ...
- 97) Изменение свойств товара и придание ему новых – это ... товара
- 98) Бенч-маркинг представляет собой ...
- 99) Соотнесите позицию Бостонской матрицы консалтинговой группы с ее определением: ...
- 100) ... – это совокупность процедур и методов, предназначенных для регулярного сбора, анализа и распределения информации, предназначенной для подготовки и принятия маркетинговых решений.
- 101) Логистика – это наука об управлении и оптимизации ...
- 102) Объектом логистического управления является ...
- 103) Логистическая система – это ...
- 104) Логистическая система состоит из ...
- 105) Материальный поток находящийся в стационарном состоянии на складе называется ...
- 106) Готовая продукция – это продукция полностью прошедшая ...
- 107) Действие, не подлежащее дальнейшей декомпозиции в рамках поставленной задачи, называется ...
- 108) Совокупностью логистических операций называется ...





- 109 Неверно, что к логистическим функциям относится ...
- 110 Материальный поток – это...
- 111 Неверно, что материальный поток бывает ...
- 112 2pl-операторы – это ...
- 113 Неверно, что существуют каналы распределения ...
- 114 Распределительная логистика – это...
- 115 Объектом изучения распределительной логистики является материальный поток на стадии ...
- 116 Неверно, что задачей распределительной логистики на микроуровне является ...
- 117 Неверно, что задачей распределительной логистики на макроуровне является определение оптимального ...
- 118 Дилер – это ...
- 119 Операции от чужого имени и за чужой счет ведет ...
- 120 Дистрибьютор, может действовать от своего имени, если в рамках договора на предоставление права продажи заключается договор ...
- 121 Логистика является эффективной если ...
- 122 ... логистика отвечает за погрузочно-разгрузочные работы
- 123 Интермодальные перевозки – это международные перевозки, осуществляемые ...
- 124 Неверно, что к функциональным областям логистически относятся:
- 125 3pl-операторы – это ...
- 126 Доставку «от двери до двери» осуществляет ...
- 127 Кольцевой маршрут перевозки – это маршрут доставки от продавца к покупателю и обратно, который осуществляется ...





- 128 Маятниковый маршрут перевозки – это маршрут доставки от продавца к покупателю и обратно, который осуществляется ...
- 129 Система «точно в срок» является ...
- 130 Толкающая логистическая система является ...
- 131 Входит ли в маркетинговый цикл маркетинговое исследование?
- 132 Считаете ли Вы, что маркетинговое исследование может ограничиться сбором и обработкой маркетинговой информации?
- 133 Определите порядок этапов плана маркетинговых исследований:
- 134 Чем в маркетинговом исследовании матричный принцип организации отличается от функционального?
- 135 В чем заключается отличие методологии формализованного маркетингового исследования от неформализованных методов исследования?
- 136 Чем обеспечивается достоверность маркетингового исследования?
- 137 К какому типу относится маркетинговое исследование, имеющее своей целью выявление и моделирование взаимосвязей с факторами окружающей среды данной фирмы?
- 138 Мониторинг в маркетинге - это:
- 139 Анкетирование - это:
- 140 Выберите одно из трех определений, которое по Вашему мнению, наиболее точно соответствует понятию маркетингового исследования?
- 141 Что представляет собой маркетинговая информация?
- 142 Что входит в понятие информационной культуры маркетинга?
- 143 Для маркетинговых целей были использованы материалы, опубликованные в статистическом сборнике. К какому виду информации относятся использованные данные?
- 144 Панель потребителей - это:





- 145) В чем заключается разница между открытым и закрытым вопросом? Открытый вопрос это:
- 146) Что такое контент-анализ? Он представляет собой:
- 147) Важным источником маркетинговой информации считается:
- 148) Небольшая группа людей, объединенная по определенным критериям, способности и интеллект которых на ограниченное время сконцентрированы на заданной теме - это:
- 149) Какой блок схема анкеты не включает:
- 150) Мозговой штурм - это:
- 151) Как Вы считаете, предметом маркетингового анализа является:
- 152) Объектом маркетингового анализа являются:
- 153) Чем отличается оперативный маркетинговый анализ от стратегического?
- 154) Что собой представляет конъюнктура рынка?
- 155) Что такое индикатор рынка?
- 156) Целью маркетингового анализа является:
- 157) Что такое стратегический анализ рынка?
- 158) Как определяется доля рынка?
- 159) Что собой представляет емкость рынка?
- 160) В чем проявляется сущность пропорциональности рынка?
- 161) Что собой представляет трендовая модель динамики рынка?
- 162) Как определить темп роста развития рынка?
- 163) Индекс физического объема товарооборота представляет собой:
- 164) В чем проявляется устойчивость развития рынка?



- 165 Прогнозирование рынка представляет собой:
- 166 Что такое тестирование рынка?
- 167 Сигнальная информация в рыночной деятельности это:
- 168 Как оценить надежность прогноза развития рынка?
- 169 Экстраполяция развития рынка представляет собой:
- 170 Сезонная волна в развитии рынка это:
- 171 Что собой представляют реакции рынка?
- 172 Что собой представляет фактор состояния/развития рынка?
- 173 Как изменяется спрос на потребительском рынке при изменении цен и доходов?
- 174 Что входит в понятие сегментации рынка?
- 175 Какие рыночные категории больше всего подвержены воздействию внешних факторов?
- 176 Эластичность может быть:
- 177 Какое определение Вы даете коэффициенту эластичности спроса?
- 178 Коэффициент эластичности не может принимать значение:
- 179 Регрессионный анализ - это:
- 180 Что такое перекрестная эластичность спроса?
- 181 Конкурентный анализ - это:
- 182 Коэффициент конкурентоспособности - это:
- 183 Анализ неценовой конкуренции представляет собой:
- 184 К анализу коммерческого риска относится:





- 185) Лидером рынка является товар, доля которого составляет:
- 186) Модернизацией товара считается:
- 187) Анализ конкурентной роли товара включает:
- 188) Инновационная политика в конкурентном анализе представляет собой:
- 189) Анализ конкурентной среды - это:
- 190) Стратегическая матрица, ориентированная на выявление коммерческого риска, представляет собой:
- 191) Покупательское поведение - это:
- 192) Покупательское решение - это:
- 193) Потребность - это:
- 194) Потребительский суверенитет покупателя - это:
- 195) Анализ покупательского поведения направлен на установление:
- 196) К лояльным потребителям можно отнести:
- 197) Магазин продал жителю города N 0,5 кг. колбасы. Скажите, к какой форме торговли относится данная продажа:
- 198) Потребитель - это:
- 199) Что такое процесс признания товара?
- 200) К какому типу покупателей относятся лица, приобретающие товар-новинку по повышенной цене?
- 201) Маркетинговые исследования, по определению Американской ассоциации маркетинга, - это ...
- 202) Эксперимент - это ...
- 203) Процесс формирования ... должен опираться на принципы системного подхода»



- 204 По роли факторов в создании конкурентного преимущества выделяют такие факторы конкурентоспособности, как ...
- 205 По степени специализации фактора выделяют такие факторы конкурентоспособности, как ...
- 206 К движущим силам, вызывающим изменения в отрасли, относятся ...
- 207 К движущим силам, вызывающим изменения в отрасли, ...
- 208 Основные направления отраслевого анализа включают: ...
- 209 К ключевым факторам успеха отрасли относится ...
- 210 Высокая фондоотдача относится к ключевым факторам успеха отрасли, связанным ...
- 211 Точное удовлетворение потребительских запросов относится к ключевым факторам успеха отрасли, связанным ...
- 212 Коэффициент концентрации отраслевого рынка ...
- 213 Индекс Херфиндаля-Хиршмана ...
- 214 Коэффициент относительной концентрации ...
- 215 Коэффициент энтропии ...
- 216 Системный анализ относится ...
- 217 Теория массового обслуживания применяется ...
- 218 Экономико-статистический анализ используется ...
- 219 Экономико-математическое моделирование в маркетинге – это ...
- 220 Комплексное прогнозирование в маркетинговой деятельности используется ...
- 221 Текст анкеты должен состоять из ...
- 222 SWOT-анализ – это ...





- 223 Процедура маркетингового исследования должна проводиться в следующей последовательности: ...
- 224 К достоинствам вторичной информации можно отнести то, что ...
- 225 К достоинствам первичной информации можно отнести то, что ...
- 226 Процесс корреляционно-регрессионного анализа конъюнктуры рынка включает в себя следующие этапы: ...
- 227 Величина спроса в каждый конкретный момент времени является функцией ...
- 228 Процесс планирования новой продукции включает в себя ... этапов
- 229 На первом этапе процесса планирования новой продукции происходит ...
- 230 Пробный маркетинг – это ...
- 231 RFM-анализ – это ...
- 232 Классическую матрицу BCG можно построить с помощью приложения Excel ... диаграммой
- 233 По оси X в матрице BCG откладывается маркетинговый индикатор «...»
- 234 Анализ соответствий – это метод ...
- 235 При проектировании выборки численностью 100 из списка 5000 студентов такого-то вуза шаг выборки будет равен ...
- 236 По способу получения информация может быть ...
- 237 По охвату маркетинговая информация бывает ...
- 238 Под синдицированными услугами понимается ...
- 239 Критерий, используемый для проверки статистической значимости наблюдаемых связей в таблицах сопряженности признаков, – это ...
- 240 Шкала Стэпела, применяемая в маркетинговых исследованиях, имеет значения ...
- 241 При поиске слабых сторон компании/товара/услуги наибольшую важность в матрице «важность/удовлетворенность» будет иметь квадрант ...





- 242) Проекционный метод, когда респондентам предлагают ряд незаконченных предложений и просят придумать концовку, называется методом ...
- 243) Выборка респондентов, которые согласились предоставлять информацию через определенные интервалы в течение продолжительного периода времени, называется ...
- 244) Ошибка наблюдения состоит из ошибки исследователя, ошибки интервьюера и ошибки ...
- 245) Один из типов маркетингового исследования, основная задача которого состоит в обеспечении понимания проблемы, стоящей перед исследователем, – это ... исследование
- 246) Неструктурированное интервью, которое специально подготовленный ведущий (модератор) в свободной манере берет у небольшой группы респондентов, – это ...
- 247) На рисунке представлен один из методов конструирования ситуации в качественном исследовании, которые называется ... тестом
- 248) Большая и репрезентативная в национальном масштабе выборка домохозяйств, которые дали согласие периодически участвовать в почтовых опросах, тестировании продуктов и телефонных опросах, – это ...
- 249) Вид методов наблюдения, характеризующийся объективной, систематической и количественно определенной характеристикой основных параметров коммуникативной связи, – это ...
- 250) Метод сравнительного шкалирования, когда респондентам предлагается одновременно несколько объектов, с тем чтобы они проранжировали их по определенному критерию, – это ...
- 251) Выборочный метод, в котором не применяется процедура случайного отбора единиц генеральной совокупности, – это ...
- 252) Распространенная форма кластерного отбора, в котором кластеры состоят из округов, жилых районов, кварталов или других географических территорий, – это ...
- 253) Концепция современного маркетинга ...
- 254) Цепь последовательных действий по доведению товара до потребителя, начинающихся и завершающихся маркетинговым исследованием, – это ...
- 255) Современная концепция маркетинга заключается ...





- 256 Само предприятие и силы, входящие в микросреду его маркетинга, является ... маркетингового исследования
- 257 Критическая зона риска соответствует пределу ...
- 258 Использование качественных оценок и описаний, ориентировочных характеристик, графического моделирования – это ...
- 259 Соотнесите этапы маркетингового исследования с их содержанием ...
- 260 Исследование, проводимое для выявления и моделирования причинно-следственных связей деятельности фирмы с факторами окружающей среды и т.д. – это ... исследование
- 261 Модель, отражающая обратную зависимость времени производства (и соответственно себестоимости) от роста объема производства товаров, – это ...
- 262 ... – рыночный процесс, где потребность выступает в форме покупательского спроса, т.е. обмена товаров на деньги в соответствии с желаниями и возможностями потребителей.
- 263 План маркетингового исследования состоит из ... разделов
- 264 Совокупность различных документов и отдельных массивов документов и других информационных систем, связанных с рыночной деятельностью, – это ...
- 265 Получение количественных или качественных характеристик о социальных процессах и явлениях, связанных с рыночной деятельностью, – это ... наблюдение
- 266 Научно организованный сбор, оценка и использование первичной информации, предназначенной для удовлетворения информационно-аналитических потребностей маркетинга, – это ...
- 267 ... – это получение текущей информации о внешней среде маркетинга
- 268 ... – это событие, которое произошло позднее, чем запомнилось респонденту
- 269 Deskриптивное исследование – это ...
- 270 Характеристика высказанных группой компетентных специалистов согласованных мнений о каком-либо явлении и процессе – это ...
- 271 Сочетание условий и обстоятельств, создающих конкретную обстановку и расстановку сил, – это ...





- 272) Количество товаров, которое рынок способен поглотить (приобрести) за определенный срок и при данных условиях, – это ...
- 273) Графическое или математическое выражение закономерности динамического развития, т.е. отражение основной тенденции изменений изучаемого явления – это ...
- 274) ... – относительный показатель, характеризующий динамику величины, состоящей из совокупности элементов, непосредственно не поддающихся суммированию
- 275) Модель Портера – это ...
- 276) Реакция рынка на маркетинговые действия, обусловленная отношением к покупке и ее оценкой, – это ... реакция
- 277) Маркетинговая информация – это ...
- 278) Товар считается неэластичным, если ...
- 279) Изменение свойств товара и придание ему новых – это ... товара
- 280) Бенч-маркинг представляет собой ...
- 281) Соотнесите позицию Бостонской матрицы консалтинговой группы с ее определением: ...
- 282) ... – это совокупность процедур и методов, предназначенных для регулярного сбора, анализа и распределения информации, предназначенной для подготовки и принятия маркетинговых решений.
- 283) Маркетинговое исследование ...
- 284) Маркетинговое исследование ограничиться сбором и обработкой маркетинговой информации ...
- 285) Определите порядок этапов плана маркетинговых исследований:
- 286) В маркетинговом исследовании матричный принцип организации отличается от функционального ...
- 287) Отличие методологии формализованного маркетингового исследования от неформализованных методов исследования заключается в том, что ...





- 288 Достоверность маркетингового исследования обеспечивается ...
- 289 Маркетинговое исследование, имеющее своей целью выявление и моделирование взаимосвязей с факторами окружающей среды данной фирмы, относится к ... типу
- 290 Мониторинг в маркетинге – это ...
- 291 Анкетирование – это ...
- 292 Наиболее точным определением, является: «Маркетинговое исследование – это ... »
- 293 Маркетинговая информация – это ...
- 294 Информационная культура маркетинга – это ...
- 295 Если для маркетинговых целей были использованы материалы, опубликованные в статистическом сборнике, использованные данные относятся к ... информации
- 296 Панель потребителей – это ...
- 297 Контент-анализ представляет собой ...
- 298 Важным источником маркетинговой информации считается ...
- 299 Небольшая группа людей, объединенных по определенным критериям, способности, интеллект которых на ограниченное время сконцентрирован на заданной теме, – это ...
- 300 Неверно, что схема анкеты включает блок «...»
- 301 Мозговой штурм – это ...
- 302 RFM-анализ – это ...
- 303 Если необходимо спроектировать выборку численностью 100 из списка 5000 студентов какого-то вуза, то шаг выборки в этом случае будет равен ...
- 304 Критерий, используемый для проверки статистической значимости наблюдаемых связей в таблицах сопряженности признаков, называется ...



- 305) Выборка респондентов, которые согласились предоставлять информацию через определенные интервалы в течение продолжительного периода времени, – это ...
- 306) На рис. представлен один из разновидностей методов конструирования ситуации (в качественном исследовании), которые называются ...
- 307) Большая и репрезентативная в национальном масштабе выборка домохозяйств, которые дали согласие периодически участвовать в почтовых опросах, тестировании продуктов и телефонных опросах, называется ...
- 308) Вид методов наблюдения, характеризующийся объективной, систематической и количественно определенной характеристикой основных параметров коммуникативной связи, называется ...
- 309) Трендовая модель динамики рынка представляет собой ...
- 310) Темп роста развития рынка можно определить ...
- 311) Индекс физического объема товарооборота представляет собой ...
- 312) Устойчивость развития рынка проявляется ...
- 313) Прогнозирование рынка представляет собой ...
- 314) Тестирование рынка – это ...
- 315) Сигнальная информация в рыночной деятельности – это ...
- 316) Чтобы оценить надежность прогноза развития рынка, нужно ...
- 317) Экстраполяция развития рынка представляет собой ...
- 318) Сезонная волна в развитии рынка – это ...
- 319) Предметом маркетингового анализа ...
- 320) Объектом маркетингового анализа являются ...
- 321) Оперативный маркетинговый анализ от стратегического отличается ...
- 322) Конъюнктура рынка представляет собой ...





- 323 Индикатор рынка – это ...
- 324 Целью маркетингового анализа является ...
- 325 Стратегический анализ рынка – это ...
- 326 Доля рынка определяется как ...
- 327 Емкость рынка представляет собой ...
- 328 Сущность пропорциональности рынка проявляется ...

