



## Маркетинговые исследования.э

- 1) Маркетинговые исследования, по определению Американской ассоциации маркетинга, – это ...
- 2) Эксперимент – это ...
- 3) Процесс формирования ... должен опираться на принципы системного подхода»
- 4) По роли факторов в создании конкурентного преимущества выделяют такие факторы конкурентоспособности, как ...
- 5) По степени специализации фактора выделяют такие факторы конкурентоспособности, как ...
- 6) К движущим силам, вызывающим изменения в отрасли, относятся ...
- 7) К движущим силам, вызывающим изменения в отрасли, ...
- 8) Основные направления отраслевого анализа включают: ...
- 9) К ключевым факторам успеха отрасли относится ...
- 10) Высокая фондоотдача относится к ключевым факторам успеха отрасли, связанным ...
- 11) Точное удовлетворение потребительских запросов относится к ключевым факторам успеха отрасли, связанным ...
- 12) Коэффициент концентрации отраслевого рынка ...
- 13) Индекс Херфиндаля-Хиршмана ...
- 14) Коэффициент относительной концентрации ...
- 15) Коэффициент энтропии ...
- 16) Системный анализ относится ...
- 17) Теория массового обслуживания применяется ...
- 18) Экономико-статистический анализ используется ...



- 19 Экономико-математическое моделирование в маркетинге – это ...
- 20 Комплексное прогнозирование в маркетинговой деятельности используется ...
- 21 Текст анкеты должен состоять из ...
- 22 SWOT-анализ – это ...
- 23 Процедура маркетингового исследования должна проводиться в следующей последовательности: ...
- 24 К достоинствам вторичной информации можно отнести то, что ...
- 25 К достоинствам первичной информации можно отнести то, что ...
- 26 Процесс корреляционно-регрессионного анализа конъюнктуры рынка включает в себя следующие этапы: ...
- 27 Величина спроса в каждый конкретный момент времени является функцией ...
- 28 Процесс планирования новой продукции включает в себя ... этапов
- 29 На первом этапе процесса планирования новой продукции происходит ...
- 30 Пробный маркетинг – это ...
- 31 RFM-анализ – это ...
- 32 Классическую матрицу BCG можно построить с помощью приложения Excel ... диаграммой
- 33 По оси X в матрице BCG откладывается маркетинговый индикатор «...»
- 34 Анализ соответствий – это метод ...
- 35 При проектировании выборки численностью 100 из списка 5000 студентов такого-то вуза шаг выборки будет равен ...
- 36 По способу получения информация может быть ...
- 37 По охвату маркетинговая информация бывает ...





- 38) Под синдицированными услугами понимается ...
- 39) Критерий, используемый для проверки статистической значимости наблюдаемых связей в таблицах сопряженности признаков, – это ...
- 40) Шкала Стэпела, применяемая в маркетинговых исследованиях, имеет значения ...
- 41) При поиске слабых сторон компании/товара/услуги наибольшую важность в матрице «важность/удовлетворенность» будет иметь квадрант ...
- 42) Проекционный метод, когда респондентам предлагают ряд незаконченных предложений и просят придумать концовку, называется методом ...
- 43) Выборка респондентов, которые согласились предоставлять информацию через определенные интервалы в течение продолжительного периода времени, называется ...
- 44) Ошибка наблюдения состоит из ошибки исследователя, ошибки интервьюера и ошибки ...
- 45) Один из типов маркетингового исследования, основная задача которого состоит в обеспечении понимания проблемы, стоящей перед исследователем, – это ... исследование
- 46) Неструктурированное интервью, которое специально подготовленный ведущий (модератор) в свободной манере берет у небольшой группы респондентов, – это ...
- 47) На рисунке представлен один из методов конструирования ситуации в качественном исследовании, которые называется ... тестом
- 48) Большая и репрезентативная в национальном масштабе выборка домохозяйств, которые дали согласие периодически участвовать в почтовых опросах, тестировании продуктов и телефонных опросах, – это ...
- 49) Вид методов наблюдения, характеризующийся объективной, систематической и количественно определенной характеристикой основных параметров коммуникативной связи, – это ...
- 50) Метод сравнительного шкалирования, когда респондентам предлагается одновременно несколько объектов, с тем чтобы они проранжировали их по определенному критерию, – это ...
- 51) Выборочный метод, в котором не применяется процедура случайного отбора единиц генеральной совокупности, – это ...





- 52) Распространенная форма кластерного отбора, в котором кластеры состоят из округов, жилых районов, кварталов или других географических территорий, – это ...

