



Маркетинговые стратегии в индустрии гостеприимства.м

- 1 Услуга гостеприимства – это товар ...
- 2 Маркетинг услуг – это процесс ...
- 3 Качественные цели предприятия гостеприимства: ...
- 4 К социально-демографическим факторам, влияющим на состояние и развитие индустрии гостеприимства, относятся: ...
- 5 Эластичность предложения зависит главным образом от ...
- 6 К средствам удовлетворения потребностей относятся: товары, услуги, технологии, ...
- 7 Конкуренция продавцов имеет место ...
- 8 Комплекс маркетинга «Семь Пи» включает такие элементы, как: товар, цена, место, продвижение, ...
- 9 Анализ возможностей освоения сегмента рынка предприятий гостеприимства предполагает ...
- 10 Внедрение нового товара на рынок нужно осуществлять ...
- 11 Основными принципами конкурентоспособности товара (услуги) являются ...
- 12 К методам охвата рынка относятся ...
- 13 К открытым вопросам относятся ...
- 14 К способам целенаправленной выборке при маркетинговых исследованиях относятся ...
- 15 Функциональная структура службы маркетинга ориентирована на ...
- 16 Деловым планам гостиничного предприятия является ...
- 17 Маркетинговая стратегия представляет собой ...



- 18) Маркетинговую стратегию нужно изменять ...
- 19) Этическое качество услуги – это ...
- 20) К элементам внутреннего маркетинга можно отнести ...
- 21) Ценовая конкуренция от неценовой отличается ...
- 22) Если коэффициент ценовой эластичности спроса равен минус двум, то это означает, что спрос ...
- 23) Наиболее доходной стратегией ценовой конкуренции является стратегия ...
- 24) Сбыт в маркетинге – это ...
- 25) Вид распределения, который чаще всего используют в предприятиях гостеприимства, – это ...
- 26) Промоушен-микс – это ...
- 27) При дифференцированном маркетинге чаще используют... рекламу
- 28) Методом стимулирования сбыта через торговый персонал предприятия ...
- 29) Инструментом локального маркетинга является ...
- 30) Директ-маркетинг – это ...
- 31) Стратегия отступления в матрице Бостонской Консалтинговой группы соответствует позиции ...
- 32) Прогнозирование спроса заключается в ...
- 33) Жесткое управление спросом ...
- 34) В основе моделирования покупательского поведения лежит ...
- 35) Цели деятельности фирмы и цели маркетинга ...
- 36) Если ресторан А размещает рекламу ресторана Б, в то время как ресторан Б продвигает услуги ресторана А, то такой тип взаимодействия является ...





- 37) Коэффициент сменяемости представляет собой частное от деления общей численности посетителей на ... посещаемость
- 38) Определенная группа людей, состоящая из потенциальных потребителей товара (покупателей и клиентов), к которым обращено рекламное сообщение, – это ...
- 39) Коммуникация – это ...
- 40) Если планируется ужин с шоу-программой и танцами, количество гостей – 100 человек, то оптимальная площадь помещения для проведения этого мероприятия – ...
- 41) Наиболее выгодным для продвижения мероприятия является присутствие на нем ...
- 42) Метод исследования материалов, опубликованных в СМИ, применяемый для оценки качественного и количественного присутствия компании (персоны, бренда, идеи) в прессе, – это ...
- 43) Маркетинг ставит производство в функциональную зависимость от объемов и структуры спроса на ... уровне
- 44) Управленческая деятельность в маркетинговом отделе осуществляется на трех уровнях (сверху вниз): ...
- 45) Если новый товар своим внешним видом напоминает прежнее изделие, однако обладает рядом новых свойств или вообще имеет иные характеристики, – это ... диверсификация

