



Международный маркетинг.

- 1 Деятельность лиц и организаций по удовлетворению потребностей людей посредством обмена через национальные границы – это ... маркетинг
- 2 Неверно, что ... относится к первой группе мотивации выхода на иностранные рынки
- 3 Основная цель комплексного изучения внешнего рынка – в получении ...
- 4 Региоцентризм – это ...
- 5 ... определил глобализацию как «новую капиталистическую экономику»
- 6 Расположите по порядку этапы интернационализации хозяйственной деятельности
- 7 Американский теоретик менеджмента ... выделил две группы факторов, определяющих, будет ли привлекательным для компании международный вариант развития бизнеса или нет
- 8 «Чем выше уровень глобализации экономики, тем сильнее ее мельчайшие участники» – это «парадокс ...»
- 9 Сфера мировой экономики, которая включает такие процессы глобализации, как безвозмездное финансирование и помощь, кредиты и займы субъектов международных экономических отношений, операции с ценными бумагами, специальные финансовые механизмы и инструменты, операции с валютой, – это ...
- 10 Специальная экономическая зона Китая, граничащая с Гонконгом, – ...
- 11 При осуществлении политики продвижения товара на внешних рынках перед фирмой стояла задача связей с общественностью, которая заключалась в том, чтобы ...
- 12 К числу функций логистической координации относится ...
- 13 Ценообразование на международном рынке представляется более сложным, чем на национальном, так как ...
- 14 Прогрессивное изобретение – это ...





- 15) Количество основных связующих звеньев между продавцом и конечным покупателем – ...
- 16) Неверно, что ... являет(ют)ся связующим звеном между продавцом и конечным покупателем
- 17) Одним из основных факторов, определяющих целесообразность стандартизации международной рекламы, обычно считается ...
- 18) Основной комплекса маркетинга является ...
- 19) Метод push при продвижении продукции на зарубежный рынок означает ...
- 20) Цель товародвижения – это ...
- 21) Неверно, что стратегия ... относится к основным стратегиям международного маркетинга
- 22) На третьем этапе развития стратегии международного маркетинга ...
- 23) Суть регионоцентрического этапа развития транснациональной компании, предложенного Г. Перлмуттером, – в том, что ...
- 24) К рыночным факторам использования стратегии глобализации относится глобализация ...
- 25) Неверно, что ... является преимуществом стратегии глобализации
- 26) Для расчета индекса транснациональности используется такой показатель, как...
- 27) Транснациональные корпорации, по определению ООН, –...
- 28) Неверно, что к преимуществам транснациональных корпораций относится ...
- 29) Наиболее распространенное заблуждение о последствиях деятельности транснациональных корпораций (ТНК) заключается в том, что ...
- 30) Отрицательной чертой воздействия транснациональных корпораций на экономику принимающих стран является ...
- 31) Один из критериев выбора страны-лидера: ...
- 32) Маркетинговые исследования – это одна из функций маркетинга, которая содействует ...





- 33) Обычно при проведении маркетинговых исследований используется информация, полученная на основе ...
- 34) Главным достоинством синдикативных данных является ...
- 35) Маркетинговая информационная система (МИС) – это ...
- 36) Главной целью исследования зарубежного рынка является ...
- 37) ... вид маркетингового исследования предусматривает сбор предварительных данных, проливающих свет на проблему или помогающих выработать гипотезу
- 38) Количественные исследования (quantitative research) обычно отождествляют ...
- 39) Неверно, что ... относятся к главным проблемам, которые стоят перед проводящими маркетинговые исследования зарубежными фирмами
- 40) Неверно, что ... метод относится к методам сегментационного анализа и выбора целевых рынков в международном маркетинге
- 41) Неверно, что ... маркетинг относится к основным стратегиям охвата мирового рынка
- 42) Действия по обеспечению конкурентоспособного положения товара на мировом рынке и разработка соответствующего комплекса маркетинга – это ... товара на мировом рынке
- 43) Основной недостаток методов статистического и кластерного анализа состоит в том, что ...
- 44) Сегментирование рынка по демографическому признаку (demographic segmentation) базируется на факторах ... порядка
- 45) Сегментирование рынка товаров и услуг по ... признаку подразделяет группы потребителей (покупателей) по признакам принадлежности к общественному классу, образу жизни и характеристикам личности
- 46) Результаты международных маркетинговых исследований должны использоваться для ... предприятия на международном рынке
- 47) Данные выборки (sample) – сегмента населения, призванного олицетворять собой население в целом и включающего крупные и мелкие единицы, – должны носить ... характер
- 48) Неверно, что ... входит в основные методы сбора первичной маркетинговой информации





Disynergy.ru – Сдача тестов без предоплаты

49

Количество основных этапов проведения международных маркетинговых исследований – ...

Самый быстрый способ связи — мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max

Help@disynergy.ru | +7 (924) 305-23-08