



## Общий маркетинг.э

- 1 Маркетинг можно определить как:
- 2 Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:
- 3 Сущность концепции социально-этического маркетинга заключается в том, что
- 4 К функциям маркетинга не относится
- 5 Факторы, обеспечивающие возможность регулирования рынка, - это
- 6 Любой товар будет пользоваться спросом, если он доступен по цене и широко представлен на рынке. Это концепция
- 7 Наиболее распространенная концепция маркетинга в РФ в настоящее время – это концепция
- 8 Оптимизация рыночной деятельности фирмы как цель маркетинга означает, в первую очередь
- 9 Структура маркетинговой службы компании не может быть построена по одному из следующих принципов
- 10 Услуги специализированных маркетинговых компаний используют, как правило
- 11 Целью стратегического маркетинга является
- 12 Выполнение ряда маркетинговых функций по совместительству другими подразделениями фирмы характерно, как правило, для:
- 13 Маркетинговая среда фирмы - это
- 14 Критерий уровня контролируемости со стороны маркетинга позволяет выделить в маркетинговой среде
- 15 Компании Кока-кола и Пепси являются конкурентами:
- 16 Конкурентная ситуация, при которой на рынке присутствует один продавец, называется
- 17 Рыночная сила - это



- 18) К макросреде маркетинга не относят
- 19) Цель изучения макросреды в маркетинге:
- 20) Факторы, обеспечивающие возможность регулирования рынка, - это
- 21) Конкурентоспособность товара - это
- 22) Характеристика чистой конкуренции:
- 23) Конкуренты, предлагающие разные товары разным покупателям, называются
- 24) Конкурентная сила поставщика велика, если
- 25) Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида - это
- 26) Спрос - это
- 27) Каждая следующая потребность удовлетворяется на более высоком уровне. Это утверждает
- 28) С ростом цен растет спрос на дешевые товары первой необходимости. Это -
- 29) Консюмеризм - это
- 30) Значительное давление потребности на личность, необходимость удовлетворения потребности - это
- 31) В соответствие с классификацией мотивов на рациональные и эмоциональные, к рациональным не относится
- 32) Жесткое управление спросом возможно
- 33) Покупатель, основное внимание обращающий на качество покупаемого товара, характеризуется с точки зрения психологической чувствительности к цене как:
- 34) Наиболее сильное влияние группы оказывают на покупателя, приобретающего
- 35) Товар - это
- 36) Товары пассивного спроса - это





- 37) Товарная стратегия диверсификации продукта предполагает
- 38) Товар рыночной новизны - это:
- 39) В каждой товарной группе, выпускаемой предприятием, не менее 20-ти товарных видов. Речь идет о:
- 40) «Петля качества» - это
- 41) Стратегия «медленного снятия сливок» применяется на стадии жизненного цикла товара
- 42) Усиленное стимулирование сбыта для создания приверженности маркам применяется на этапе жизненного цикла товара:
- 43) Суть марочной стратегии «многомарочный подход» заключается в том, что
- 44) Логотип - это
- 45) Первая стадия в создании продукта - это:
- 46) Молочные продукты - это
- 47) Цена на рынке
- 48) Покупатель, покупая в универсаме ящик шампанского, оплачивает его по ... цене.
- 49) Основное отличие рыночной системы ценообразования от плановой состоит в
- 50) При снижении покупательной способности населения
- 51) Соответствующие маркетинговой концепции «совершенствования товара» цены назначаются на товары
- 52) Уровень, ниже которого постоянно действующая цена на товар не может опускаться, определяют
- 53) По низким ценам приобретается больше товаров, т. е. чем ниже цена, тем выше спрос - это ...
- 54) Поощрение покупок одного и того же товара различными клиентами по разным ценам лежит в основе стратегии





- 55) Покупатели, оценивающие покупку с точки зрения соответствия цены и качества товара, по отношению к цене характеризуются как
- 56) Округление цен относится к
- 57) Если показатель перекрестной эластичности  $\text{Эп} > 0$ , то речь идет о
- 58) Коммерческая логистика – это
- 59) При одноуровневом канале товародвижения сбыт осуществляется через
- 60) Фирма «Франклин минт» продает предметы коллекционирования методом посылочной торговли, это
- 61) Оптовики, осуществляющие закупки на долгосрочной основе, распределяющие товар по всему рынку, имеющие разветвленную складскую инфраструктуру, называются
- 62) Горизонтальная координация - это установление фирмой контроля
- 63) К основным принципам отношений с посредником относят:
- 64) Преимуществом франчайзинга как системы сбыта для франчайзера не является:
- 65) Синтезирование различных методов и средств стимулирования сбыта с учетом фактора времени и синергического эффекта называется
- 66) В комплекс продвижения не входит
- 67) PR является элементом
- 68) Бесплатное сообщение рекламного характера о компании, ее товаре или услуге в средствах массовой информации - это
- 69) К каналам личной коммуникации не относятся
- 70) Средствами прямого маркетинга не являются
- 71) Телемаркетинг – это прямой маркетинг с использованием в качестве коммуникативного средства
- 72) К достоинствам журнальной рекламы относится



- 73) Для рекламы профессиональных спортивных снарядов эффективнее всего использовать
- 74) продвижения осуществляется следующими методами. Укажите лишнее
- 75) Маркетинг можно определить как:
- 76) Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:
- 77) Сущность концепции социально-этического маркетинга заключается в том, что
- 78) К функциям маркетинга не относится
- 79) Факторы, обеспечивающие возможность регулирования рынка, - это
- 80) Любой товар будет пользоваться спросом, если он доступен по цене и широко представлен на рынке. Это концепция
- 81) Наиболее распространенная концепция маркетинга в РФ в настоящее время – это концепция
- 82) Оптимизация рыночной деятельности фирмы как цель маркетинга означает, в первую очередь
- 83) Структура маркетинговой службы компании не может быть построена по одному из следующих принципов
- 84) Услуги специализированных маркетинговых компаний используют, как правило
- 85) Целью стратегического маркетинга является
- 86) Выполнение ряда маркетинговых функций по совместительству другими подразделениями фирмы характерно, как правило, для:
- 87) Маркетинговая среда фирмы - это
- 88) Критерий уровня контролируемости со стороны маркетинга позволяет выделить в маркетинговой среде
- 89) Компании Кока-кола и Пепси являются конкурентами:
- 90) Конкурентная ситуация, при которой на рынке присутствует один продавец, называется
- 91) Рыночная сила - это





- 92 К макросреде маркетинга не относят
- 93 Цель изучения макросреды в маркетинге:
- 94 Факторы, обеспечивающие возможность регулирования рынка, - это
- 95 Конкурентоспособность товара - это
- 96 Характеристика чистой конкуренции:
- 97 Конкуренты, предлагающие разные товары разным покупателям, называются
- 98 Конкурентная сила поставщика велика, если
- 99 Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида - это
- 100 Спрос - это
- 101 Каждая следующая потребность удовлетворяется на более высоком уровне. Это утверждает
- 102 С ростом цен растет спрос на дешевые товары первой необходимости. Это -
- 103 Консюмеризм - это
- 104 Значительное давление потребности на личность, необходимость удовлетворения потребности - это
- 105 В соответствие с классификацией мотивов на рациональные и эмоциональные, к рациональным не относится
- 106 Жесткое управление спросом возможно
- 107 Покупатель, основное внимание обращающий на качество покупаемого товара, характеризуется с точки зрения психологической чувствительности к цене как:
- 108 Наиболее сильное влияние группы оказывают на покупателя, приобретающего
- 109 Товар - это
- 110 Товары пассивного спроса - это





- 111 Товарная стратегия диверсификации продукта предполагает
- 112 Товар рыночной новизны - это:
- 113 В каждой товарной группе, выпускаемой предприятием, не менее 20-ти товарных видов. Речь идет о:
- 114 «Петля качества» - это
- 115 Стратегия «медленного снятия сливок» применяется на стадии жизненного цикла товара
- 116 Усиленное стимулирование сбыта для создания приверженности маркам применяется на этапе жизненного цикла товара:
- 117 Суть марочной стратегии «многомарочный подход» заключается в том, что
- 118 Логотип - это
- 119 Первая стадия в создании продукта - это:
- 120 Молочные продукты - это
- 121 Цена на рынке
- 122 Покупатель, покупая в универсаме ящик шампанского, оплачивает его по ... цене.
- 123 Основное отличие рыночной системы ценообразования от плановой состоит в
- 124 При снижении покупательной способности населения
- 125 Соответствующие маркетинговой концепции «совершенствования товара» цены назначаются на товары
- 126 Уровень, ниже которого постоянно действующая цена на товар не может опускаться, определяют
- 127 По низким ценам приобретается больше товаров, т. е. чем ниже цена, тем выше спрос - это ...
- 128 Поощрение покупок одного и того же товара различными клиентами по разным ценам лежит в основе стратегии





- 129) Покупатели, оценивающие покупку с точки зрения соответствия цены и качества товара, по отношению к цене характеризуются как
- 130) Округление цен относится к
- 131) Если показатель перекрестной эластичности  $\text{Эп} > 0$ , то речь идет о
- 132) Коммерческая логистика – это
- 133) При одноуровневом канале товародвижения сбыт осуществляется через
- 134) Фирма «Франклин минт» продает предметы коллекционирования методом посылочной торговли, это
- 135) Оптовики, осуществляющие закупки на долгосрочной основе, распределяющие товар по всему рынку, имеющие разветвленную складскую инфраструктуру, называются
- 136) Горизонтальная координация - это установление фирмой контроля
- 137) К основным принципам отношений с посредником относят:
- 138) Преимуществом франчайзинга как системы сбыта для франчайзера не является:
- 139) Синтезирование различных методов и средств стимулирования сбыта с учетом фактора времени и синергического эффекта называется
- 140) В комплекс продвижения не входит
- 141) PR является элементом
- 142) Бесплатное сообщение рекламного характера о компании, ее товаре или услуге в средствах массовой информации - это
- 143) К каналам личной коммуникации не относятся
- 144) Средствами прямого маркетинга не являются
- 145) Телемаркетинг – это прямой маркетинг с использованием в качестве коммуникативного средства
- 146) К достоинствам журнальной рекламы относится





- 147 Для рекламы профессиональных спортивных снарядов эффективнее всего использовать
- 148 продвижения осуществляется следующими методами. Укажите лишнее

