



Основы маркетинга (2)

- 1 Комплекс маркетинга («маркетинг-микс») – это ...
- 2 В цепочке «... – Price – ... – Promotion – ...» пропущены ...
- 3 Этап идеализированного ЖЦ товара-новинки, на котором появляется однозначная необходимость позиционироваться в целевых сегментах, – фаза ...
- 4 С т.з. идеализированной концепции ЖЦ товара, ценовая стратегия ... может быть наиболее оптимальной на этапе внедрения на рынок, при условии, что у товара нет субститута
- 5 Компания-производитель, играющая в секторе B2C, активизирует рекламную активность, направленную на конечного потребителя, и применяет ...
- 6 Товар/услуга/торговая марка, имеющие низкую долю рынка, а также существующие на рынке с высоким темпом роста, с т.з. матрицы BCG имеют название «...»
- 7 Траектория, представленная на рисунке, в портфельном анализе методом BCG называется траекторией...
- 8 Управление имиджем компании, индивида или группы лиц – это ...
- 9 Классический ABC-анализ состоит из пропорций ...
- 10 С т.з. классификации маркетинговых коммуникаций рекламный ролик, демонстрируемый по TV, будет относиться к ...
- 11 Pull-стратегия маркетинговых коммуникаций направлена на ...
- 12 Любая оплачиваемая конкретным заказчиком форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг – это ...
- 13 С т.з. классификации маркетинга, тот канал коммуникаций, который выбрала компания для передачи интересного рекламного ролика на сайте YouTube, будет относиться к ... каналам коммуникации
- 14 Связи, образуемые организацией с контактными аудиториями (потребителями, поставщиками, партнерами и т.п.) посредством различных средств воздействия, к каковым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, личные продажи, – это ...





- 15) SWOT-анализ – это методика ...
- 16) Матрица Ансоффа состоит из квадрантов «...»
- 17) Если компания выходит в новый для себя географический регион, то с т.з. модели Игоря Ансоффа имеет место соотношение «...»
- 18) Направленный на конкретного потребителя вид маркетинговой коммуникации по средствам использования различных баз данных, составленных самой фирмой или специализированным агентством, – это ...
- 19) Активный коммерческий процесс с краткосрочным горизонтом планирования, направленный на уже существующие рынки и имеющий целью получить заданный объем продаж путем использования относящихся к товару, сбыту, цене и коммуникациям тактических средств, – это ...
- 20) «Производитель – дистрибьютор – розничная сеть – конечный индивидуальный потребитель» – это ... канал распределения
- 21) Сегментирование – это ...
- 22) Компания предлагает свой комплекс маркетинга на множество, состоящий из множества сегментов, – это стратегия ... маркетинга
- 23) Опрос относится к ... методам исследования
- 24) Доля рынка компании – это соотношение «...»
- 25) Компании, которые собирают и продают информацию из пула данных, предназначенного для обслуживания информационных потребностей, общих для ряда клиентов – это компании ...
- 26) ... характеризуются сбором данных у участников панели, распознаваемых по идентификационной карточке, которая позволяет хранить данные о покупках каждого участника панели
- 27) CATI – это международное название опроса ...
- 28) CTR – рассчитывается, как ...
- 29) Конверсия в интернет-маркетинге – это ...
- 30) ... – это базовая стратегия, которая по Портеру основана на производительности и, как правило, связана с эффектом опыта





- 31) Схема - «производитель – дистрибьютор – оптовики – розничные сетевые магазины – потребитель» соответствует ... каналу распределения
- 32) Consumer-promotion – это ...
- 33) «Бонусная карта» как инструмент consumer promotion будет относиться к программе ...
- 34) Такие методы стимулирования сбыта, как «соревнование», «мотивация за выполнение», «предоставление товара», относятся к виду ...
- 35) Возрастная структура потребителей – это фактор ... фирмы
- 36) Конъюнктура рынка – это ...
- 37) Сегментация рынка – это ...
- 38) Синонимом понятия «комплекс маркетинга» является ...
- 39) ATL – это ...
- 40) Маркетинговая среда фирмы – это ...
- 41) Увеличение размера рынка путем расширения первичного спроса относится к стратегии ...
- 42) Освоение новых сегментов в части поиска возможностей для роста относится к стратегии ...
- 43) Товары (бренды, бизнес-единицы), которые характеризуются низким темпом роста и большой долей рынка, по методологии BCG являются
- 44) Стратегии диверсификации в матрице «Товары/рынки» соответствует комбинация условий «...»
- 45) Стадия, Жизненного Цикла Товара на которой появляются новаторы, – это стадия ...
- 46) Суть модели Фишбейна и Айзена в том, что ...
- 47) Род занятий относится к ... признакам сегментирования
- 48) В классификации источников ошибок маркетинговых исследований ошибка модели выборки входит в ошибку ...





- 49) Порядок расположения символов в общепринятой форме обозначения X O1 O2 в каузальных типах исследований расшифровывается как «группа единиц наблюдения подверглась воздействию независимого фактора и реакция на него измерялась ...»
- 50) Недоказанное утверждение или предположение относительно фактора или явления, интересующих исследователя, – это ...
- 51) На рисунке изображена ... маркетинга
- 52) ... структуры наиболее эффективны при решении каких-либо задач проектного характера
- 53) Процесс решения организационных вопросов осуществления маркетинговой деятельности – это ... маркетинга
- 54) Роль маркетинговых служб в решении задач развития предприятия заключается в том, что они ...
- 55) Неверно, что ... относится к основным функциям маркетинга на предприятии
- 56) Структурное подразделение организации, осуществляющее маркетинговую деятельность, – это ...
- 57) Неверно, что служба маркетинга на предприятии может иметь структуру, организованную ...
- 58) Основными типами организации службы маркетинга являются ... службы
- 59) Одной из самых распространенных структур управления маркетингом является ... структура
- 60) Тип организации службы маркетинга, который оправдывает себя в тех случаях, когда выпускаемые фирмой товары резко отличаются друг от друга, – это ...
- 61) Электронная система, которая позволяет делать ставки и выигрывать на прогнозах рыночного поведения различных финансовых инструментов, – это ...
- 62) Содержащее анимацию рекламное изображение фиксированного размера, которое выполняет роль гиперссылки на тот или иной ресурс Интернета, – это ...
- 63) Вспомогательное средство для повышения популярности и посещаемости веб-сайта – это ...





- 64) Специализированный веб-сайт, предлагающий в режиме он-лайн приобрести имеющиеся товары, – это ...
- 65) Графические баннеры подразделяются на ...
- 66) Массовая или адресная рассылка не заказанных получателем сообщений, носящих, как правило, рекламный характер, – это ...
- 67) Банеры делятся на ...
- 68) Методы, с помощью которых владельцы веб-сайта могут получить ту или иную информацию, можно условно разделить на ...
- 69) Единственной в России виртуальной биржей, допускающей к торгам всех желающих, является ...
- 70) Размещение веб-страниц на арендованном дисковом пространстве какого-либо сервера – это ...
- 71) Маркетинг сформировался как наука ...
- 72) Под маркетингом традиционно понимается ...
- 73) Сущность маркетинга в наибольшей степени проявляется в высказывании «...»
- 74) Под конъюнктурой рынка понимается ...
- 75) Сделка – это ...
- 76) Обеспечение ценовой политики заключается ...
- 77) Аналитическая функция маркетинга заключается ...
- 78) Совокупность сил и факторов, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность фирмы и ее результаты, – это ...
- 79) В процессе сегментации используется ...
- 80) Из концепции ... следует, что потребители могут быть благожелательны к товарам, которые широко распространены и доступны по цене, а, следовательно, руководство должно сосредоточить свои усилия на совершенствовании производства и повышении эффективности системы распределения
- 81) Маркетинговые исследования, по определению Американской ассоциации маркетинга, – это ...





- 82 Эксперимент – это ...
- 83 Процесс формирования ... должен опираться на принципы системного подхода
- 84 По роли факторов в создании конкурентного преимущества выделяют такие факторы конкурентоспособности, как ...
- 85 По степени специализации фактора выделяют такие факторы конкурентоспособности, как ...
- 86 К движущим силам, вызывающим изменения в отрасли, относятся ...
- 87 К движущим силам, вызывающим изменения в отрасли, ...
- 88 Основные направления отраслевого анализа включают: ...
- 89 К ключевым факторам успеха отрасли относят ...
- 90 Высокая фондоотдача относится к ключевым факторам успеха отрасли, связанным ...
- 91 Маркетинг можно определить как:
- 92 Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:
- 93 Сущность концепции социально-этического маркетинга заключается в том, что
- 94 К функциям маркетинга не относится
- 95 Факторы, обеспечивающие возможность регулирования рынка, - это
- 96 Любой товар будет пользоваться спросом, если он доступен по цене и широко представлен на рынке. Это концепция
- 97 Наиболее распространенная концепция маркетинга в РФ в настоящее время – это концепция
- 98 Оптимизация рыночной деятельности фирмы как цель маркетинга означает, в первую очередь
- 99 Структура маркетинговой службы компании не может быть построена по одному из следующих принципов
- 100 Услуги специализированных маркетинговых компаний используют, как правило





- 101 Целью стратегического маркетинга является
- 102 Выполнение ряда маркетинговых функций по совместительству другими подразделениями фирмы характерно, как правило, для:
- 103 Маркетинговая среда фирмы - это
- 104 Критерий уровня контролируемости со стороны маркетинга позволяет выделить в маркетинговой среде
- 105 Компании Кока-кола и Пепси являются конкурентами:
- 106 Конкурентная ситуация, при которой на рынке присутствует один продавец, называется
- 107 Рыночная сила - это
- 108 К макросреде маркетинга не относят
- 109 Цель изучения макросреды в маркетинге:
- 110 Факторы, обеспечивающие возможность регулирования рынка, - это
- 111 Конкурентоспособность товара - это
- 112 Характеристика чистой конкуренции:
- 113 Конкуренты, предлагающие разные товары разным покупателям, называются
- 114 Конкурентная сила поставщика велика, если
- 115 Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида - это
- 116 Спрос - это
- 117 Каждая следующая потребность удовлетворяется на более высоком уровне. Это утверждает
- 118 С ростом цен растет спрос на дешевые товары первой необходимости. Это -
- 119 Консьюмеризм - это



- 120) Значительное давление потребности на личность, необходимость удовлетворения потребности – это
- 121) В соответствии с классификацией мотивов на рациональные и эмоциональные, к рациональным не относится
- 122) Жесткое управление спросом возможно
- 123) Покупатель, основное внимание обращающий на качество покупаемого товара, характеризуется с точки зрения психологической чувствительности к цене как:
- 124) Наиболее сильное влияние группы оказывают на покупателя, приобретающего
- 125) Товар – это
- 126) Товары пассивного спроса – это
- 127) Товарная стратегия диверсификации продукта предполагает
- 128) Товар рыночной новизны - это:
- 129) В каждой товарной группе, выпускаемой предприятием, не менее 20-ти товарных видов. Речь идет о:
- 130) «Петля качества» – это
- 131) Стратегия «медленного снятия сливок» применяется на стадии жизненного цикла товара
- 132) Усиленное стимулирование сбыта для создания приверженности маркам применяется на этапе жизненного цикла товара:
- 133) Суть марочной стратегии «многомарочный подход» заключается в том, что
- 134) Логотип - это
- 135) Первая стадия в создании продукта – это:
- 136) Молочные продукты – это
- 137) Цена на рынке
- 138) Покупатель, покупая в универсаме ящик шампанского, оплачивает его по ... цене.





- 139) Основное отличие рыночной системы ценообразования от плановой состоит в
- 140) При снижении покупательной способности населения
- 141) Соответствующие маркетинговой концепции «совершенствования товара» цены назначаются на товары
- 142) Уровень, ниже которого постоянно действующая цена на товар не может опускаться, определяют
- 143) По низким ценам приобретается больше товаров, т. е. чем ниже цена, тем выше спрос – это ...
- 144) Поощрение покупок одного и того же товара различными клиентами по разным ценам лежит в основе стратегии
- 145) Покупатели, оценивающие покупку с точки зрения соответствия цены и качества товара, по отношению к цене характеризуются как
- 146) Округление цен относится к
- 147) Если показатель перекрестной эластичности $\text{Эп} > 0$, то речь идет о
- 148) Коммерческая логистика – это
- 149) При одноуровневом канале товародвижения сбыт осуществляется через
- 150) Фирма «Франклин минт» продает предметы коллекционирования методом посылочной торговли, это
- 151) Оптовики, осуществляющие закупки на долгосрочной основе, распределяющие товар по всему рынку, имеющие разветвленную складскую инфраструктуру, называются
- 152) Горизонтальная координация - это установление фирмой контроля
- 153) К основным принципам отношений с посредником относят:
- 154) Преимуществом франчайзинга как системы сбыта для франчайзера не является:
- 155) Синтезирование различных методов и средств стимулирования сбыта с учетом фактора времени и синергического эффекта называется





- 156) В комплекс продвижения не входит
- 157) PR является элементом
- 158) Бесплатное сообщение рекламного характера о компании, ее товаре или услуге в средствах массовой информации - это
- 159) К каналам личной коммуникации не относятся
- 160) Средствами прямого маркетинга не являются
- 161) Телемаркетинг - это прямой маркетинг с использованием в качестве коммуникативного средства
- 162) К достоинствам журнальной рекламы относится
- 163) Для рекламы профессиональных спортивных снарядов эффективнее всего использовать
- 164) продвижения осуществляется следующими методами. Укажите лишнее
- 165) Маркетинг можно определить как:
- 166) Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:
- 167) Сущность концепции социально-этического маркетинга заключается в том, что
- 168) К функциям маркетинга не относится
- 169) Факторы, обеспечивающие возможность регулирования рынка, - это
- 170) Любой товар будет пользоваться спросом, если он доступен по цене и широко представлен на рынке. Это концепция
- 171) Наиболее распространенная концепция маркетинга в РФ в настоящее время - это концепция
- 172) Оптимизация рыночной деятельности фирмы как цель маркетинга означает, в первую очередь
- 173) Структура маркетинговой службы компании не может быть построена по одному из следующих принципов
- 174) Услуги специализированных маркетинговых компаний используют, как правило





- 175 Целью стратегического маркетинга является
- 176 Выполнение ряда маркетинговых функций по совместительству другими подразделениями фирмы характерно, как правило, для:
- 177 Маркетинговая среда фирмы - это
- 178 Критерий уровня контролируемости со стороны маркетинга позволяет выделить в маркетинговой среде
- 179 Компании Кока-кола и Пепси являются конкурентами:
- 180 Конкурентная ситуация, при которой на рынке присутствует один продавец, называется
- 181 Рыночная сила - это
- 182 К макросреде маркетинга не относят
- 183 Цель изучения макросреды в маркетинге:
- 184 Факторы, обеспечивающие возможность регулирования рынка, - это
- 185 Конкурентоспособность товара - это
- 186 Характеристика чистой конкуренции:
- 187 Конкуренты, предлагающие разные товары разным покупателям, называются
- 188 Конкурентная сила поставщика велика, если
- 189 Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида - это
- 190 Спрос - это
- 191 Каждая следующая потребность удовлетворяется на более высоком уровне. Это утверждает
- 192 С ростом цен растет спрос на дешевые товары первой необходимости. Это -
- 193 Консюмеризм - это





- 194) Значительное давление потребности на личность, необходимость удовлетворения потребности – это
- 195) В соответствие с классификацией мотивов на рациональные и эмоциональные, к рациональным не относится
- 196) Жесткое управление спросом возможно
- 197) Покупатель, основное внимание обращающий на качество покупаемого товара, характеризуется с точки зрения психологической чувствительности к цене как:
- 198) Наиболее сильное влияние группы оказывают на покупателя, приобретающего
- 199) Товар – это
- 200) Товары пассивного спроса – это
- 201) Товарная стратегия диверсификации продукта предполагает
- 202) Товар рыночной новизны - это:
- 203) В каждой товарной группе, выпускаемой предприятием, не менее 20-ти товарных видов. Речь идет о:
- 204) «Петля качества» – это
- 205) Стратегия «медленного снятия сливок» применяется на стадии жизненного цикла товара
- 206) Усиленное стимулирование сбыта для создания приверженности маркам применяется на этапе жизненного цикла товара:
- 207) Суть марочной стратегии «многомарочный подход» заключается в том, что
- 208) Логотип - это
- 209) Первая стадия в создании продукта – это:
- 210) Молочные продукты – это
- 211) Цена на рынке
- 212) Покупатель, покупая в универсаме ящик шампанского, оплачивает его по ... цене.





- 213) Основное отличие рыночной системы ценообразования от плановой состоит в
- 214) При снижении покупательной способности населения
- 215) Соответствующие маркетинговой концепции «совершенствования товара» цены назначаются на товары
- 216) Уровень, ниже которого постоянно действующая цена на товар не может опускаться, определяют
- 217) По низким ценам приобретается больше товаров, т. е. чем ниже цена, тем выше спрос – это ...
- 218) Поощрение покупок одного и того же товара различными клиентами по разным ценам лежит в основе стратегии
- 219) Покупатели, оценивающие покупку с точки зрения соответствия цены и качества товара, по отношению к цене характеризуются как
- 220) Округление цен относится к
- 221) Если показатель перекрестной эластичности $\text{Эп} > 0$, то речь идет о
- 222) Коммерческая логистика – это
- 223) При одноуровневом канале товародвижения сбыт осуществляется через
- 224) Фирма «Франклин минт» продает предметы коллекционирования методом посылочной торговли, это
- 225) Оптовики, осуществляющие закупки на долгосрочной основе, распределяющие товар по всему рынку, имеющие разветвленную складскую инфраструктуру, называются
- 226) Горизонтальная координация - это установление фирмой контроля
- 227) К основным принципам отношений с посредником относят:
- 228) Преимуществом франчайзинга как системы сбыта для франчайзера не является:
- 229) Синтезирование различных методов и средств стимулирования сбыта с учетом фактора времени и синергического эффекта называется





- 230 В комплекс продвижения не входит
- 231 PR является элементом
- 232 Бесплатное сообщение рекламного характера о компании, ее товаре или услуге в средствах массовой информации - это
- 233 К каналам личной коммуникации не относятся
- 234 Средствами прямого маркетинга не являются
- 235 Телемаркетинг – это прямой маркетинг с использованием в качестве коммуникативного средства
- 236 К достоинствам журнальной рекламы относится
- 237 Для рекламы профессиональных спортивных снарядов эффективнее всего использовать
- 238 продвижения осуществляется следующими методами. Укажите лишнее
- 239 Маркетинг сформировался как наука ...
- 240 Под маркетингом традиционно понимается ...
- 241 Сущность маркетинга в наибольшей степени проявляется в высказывании «...»
- 242 Под конъюнктурой рынка понимается ...
- 243 Сделка – это ...
- 244 Обеспечение ценовой политики заключается ...
- 245 Аналитическая функция маркетинга заключается ...
- 246 Совокупность сил и факторов, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность фирмы и ее результаты, – это ...
- 247 В процессе сегментации используется ...





- 248) Из концепции ... следует, что потребители могут быть благожелательны к товарам, которые широко распространены и доступны по цене, а, следовательно, руководство должно сосредоточить свои усилия на совершенствовании производства и повышении эффективности системы распределения
- 249) Действия, ведущие к покупке и включающие покупку или заказ продукта – это ...
- 250) Освобождение – это ...
- 251) Процесс разделения рынка на отдельные части – это ...
- 252) В цепочку розничного предложения входят ...
- 253) Позитивизм – это ...
- 254) Для маркетинговой ориентации центральным является вопрос о том, как организация адаптируется ...
- 255) Принцип полновластия потребителя в полной мере отражает высказывание «...»
- 256) Высказывание «Наш рынок – весь мир» отражает следующий фундаментальный принцип поведения потребителей: «...»
- 257) Ориентация на потребителей – это ...
- 258) Ценность – это ...
- 259) Комплекс маркетинга («маркетинг-микс») – это ...
- 260) В цепочке «... – Price – ... – Promotion – ...» пропущены ...
- 261) Этап идеализированного ЖЦ товара-новинки, на котором появляется однозначная необходимость позиционироваться в целевых сегментах, – фаза ...
- 262) С т.з. идеализированной концепции ЖЦ товара, ценовая стратегия ... может быть наиболее оптимальной на этапе внедрения на рынок, при условии, что у товара нет субститута
- 263) Компания-производитель, играющая в секторе B2C, активизирует рекламную активность, направленную на конечного потребителя, и применяет ...





- 264) Товар/услуга/торговая марка, имеющие низкую долю рынка, а также существующие на рынке с высоким темпом роста, с т.з. матрицы BCG имеют название «...»
- 265) Траектория, представленная на рисунке, в портфельном анализе методом BCG называется траекторией...
- 266) Управление имиджем компании, индивида или группы лиц – это ...
- 267) Классический ABC-анализ состоит из пропорций ...
- 268) С т.з. классификации маркетинговых коммуникаций рекламный ролик, демонстрируемый по TV, будет относиться к ...
- 269) Pull-стратегия маркетинговых коммуникаций направлена на ...
- 270) Любая оплачиваемая конкретным заказчиком форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг – это ...
- 271) С т.з. классификации маркетинга, тот канал коммуникаций, который выбрала компания для передачи интересного рекламного ролика на сайте YouTube, будет относиться к ... каналам коммуникации
- 272) Связи, образуемые организацией с контактными аудиториями (потребителями, поставщиками, партнерами и т.п.) посредством различных средств воздействия, к каковым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, личные продажи, – это ...
- 273) SWOT-анализ – это методика ...
- 274) Матрица Ансоффа состоит из квадрантов «...»
- 275) Если компания выходит в новый для себя географический регион, то с т.з. модели Игора Ансоффа имеет место соотношение «...»
- 276) Направленный на конкретного потребителя вид маркетинговой коммуникации по средствам использования различных баз данных, составленных самой фирмой или специализированным агентством, – это ...
- 277) Активный коммерческий процесс с краткосрочным горизонтом планирования, направленный на уже существующие рынки и имеющий целью получить заданный объем продаж путем использования относящихся к товару, сбыту, цене и коммуникациям тактических средств, – это ...





- 278 «Производитель – дистрибьютор – розничная сеть – конечный индивидуальный потребитель» – это ... канал распределения
- 279 Сегментирование – это ...
- 280 Компания предлагает свой комплекс маркетинга на множество , состоящий из множества сегментов, – это стратегия ... маркетинга
- 281 Опрос относится к ... методам исследования
- 282 Доля рынка компании – это соотношение «...»
- 283 Компании, которые собирают и продают информацию из пула данных, предназначенного для обслуживания информационных потребностей, общих для ряда клиентов – это компании ...
- 284 ... характеризуются сбором данных у участников панели, распознаваемых по идентификационной карточке, которая позволяет хранить данные о покупках каждого участника панели
- 285 CATI – это международное название опроса ...
- 286 CTR – рассчитывается, как ...
- 287 Конверсия в интернет-маркетинге – это ...
- 288 ... – это базовая стратегия, которая по Портеру основана на производительности и, как правило, связана с эффектом опыта
- 289 Схема - «производитель – дистрибьютор – оптовики – розничные сетевые магазины – потребитель» соответствует ... каналу распределения
- 290 Consumer-promotion – это ...
- 291 «Бонусная карта» как инструмент consumer promotion будет относиться к программе ...
- 292 Такие методы стимулирования сбыта, как «соревнование», «мотивация за выполнение», «предоставление товара», относятся к виду ...
- 293 Возрастная структура потребителей – это фактор ... фирмы
- 294 Конъюнктура рынка – это ...





- 295) Сегментация рынка – это ...
- 296) Синонимом понятия «комплекс маркетинга» является ...
- 297) ATL – это ...
- 298) Маркетинговая среда фирмы – это ...
- 299) Увеличение размера рынка путем расширения первичного спроса относится к стратегии ...
- 300) Освоение новых сегментов в части поиска возможностей для роста относится к стратегии ...
- 301) Товары (бренды, бизнес-единицы), которые характеризуются низким темпом роста и большой долей рынка, по методологии BCG являются
- 302) Стратегии диверсификации в матрице «Товары/рынки» соответствует комбинация условий «...»
- 303) Стадия, Жизненного Цикла Товара на которой появляются новаторы, – это стадия ...
- 304) Суть модели Фишбейна и Айзена в том, что ...
- 305) Род занятий относится к ... признакам сегментирования
- 306) В классификации источников ошибок маркетинговых исследований ошибка модели выборки входит в ошибку ...
- 307) Порядок расположения символов в общепринятой форме обозначения X O1 O2 в каузальных типах исследований расшифровывается как «группа единиц наблюдения подверглась воздействию независимого фактора и реакция на него измерялась ...»
- 308) Недоказанное утверждение или предположение относительно фактора или явления, интересующих исследователя, – это ...
- 309) На рисунке изображена ... маркетинга
- 310) ... структуры наиболее эффективны при решении каких-либо задач проектного характера
- 311) Процесс решения организационных вопросов осуществления маркетинговой деятельности – это ... маркетинга





- 312) Роль маркетинговых служб в решении задач развития предприятия заключается в том, что они ...
- 313) Неверно, что ... относится к основным функциям маркетинга на предприятии
- 314) Структурное подразделение организации, осуществляющее маркетинговую деятельность, – это ...
- 315) Неверно, что служба маркетинга на предприятии может иметь структуру, организованную ...
- 316) Основными типами организации службы маркетинга являются ... службы
- 317) Одной из самых распространенных структур управления маркетингом является ... структура
- 318) Тип организации службы маркетинга, который оправдывает себя в тех случаях, когда выпускаемые фирмой товары резко отличаются друг от друга, – это ...
- 319) Электронная система, которая позволяет делать ставки и выигрывать на прогнозах рыночного поведения различных финансовых инструментов, – это ...
- 320) Содержащее анимацию рекламное изображение фиксированного размера, которое выполняет роль гиперссылки на тот или иной ресурс Интернета, – это ...
- 321) Вспомогательное средство для повышения популярности и посещаемости веб-сайта – это ...
- 322) Специализированный веб-сайт, предлагающий в режиме он-лайн приобрести имеющиеся товары, – это ...
- 323) Графические баннеры подразделяются на ...
- 324) Массовая или адресная рассылка не заказанных получателем сообщений, носящих, как правило, рекламный характер, – это ...
- 325) Банеры делятся на ...
- 326) Методы, с помощью которых владельцы веб-сайта могут получить ту или иную информацию, можно условно разделить на ...
- 327) Единственной в России виртуальной биржей, допускающей к торгам всех желающих, является ...
- 328) Размещение веб-страниц на арендованном дисковом пространстве какого-либо сервера – это ...





- 329 Маркетинг сформировался как наука ...
- 330 Под маркетингом традиционно понимается ...
- 331 Сущность маркетинга в наибольшей степени проявляется в высказывании «...»
- 332 Под конъюнктурой рынка понимается ...
- 333 Сделка – это ...
- 334 Обеспечение ценовой политики заключается ...
- 335 Аналитическая функция маркетинга заключается ...
- 336 Совокупность сил и факторов, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность фирмы и ее результаты, – это ...
- 337 В процессе сегментации используется ...
- 338 Из концепции ... следует, что потребители могут быть благожелательны к товарам, которые широко распространены и доступны по цене, а, следовательно, руководство должно сосредоточить свои усилия на совершенствовании производства и повышении эффективности системы распределения
- 339 Маркетинговые исследования, по определению Американской ассоциации маркетинга, – это ...
- 340 Эксперимент – это ...
- 341 Процесс формирования ... должен опираться на принципы системного подхода
- 342 По роли факторов в создании конкурентного преимущества выделяют такие факторы конкурентоспособности, как ...
- 343 По степени специализации фактора выделяют такие факторы конкурентоспособности, как ...
- 344 К движущим силам, вызывающим изменения в отрасли, относятся ...
- 345 К движущим силам, вызывающим изменения в отрасли, ...
- 346 Основные направления отраслевого анализа включают: ...





347

К ключевым факторам успеха отрасли относят ...

348

Высокая фондоотдача относится к ключевым факторам успеха отрасли, связанным ...

