



Основы маркетинга в индустрии гостеприимства.Э

- 1 Маркетинг – это управляемый ...
- 2 ...маркетинг направлен на служащих предприятия
- 3 Для индустрии гостеприимства характерно ... элементов теории «маркетинг-микс»
- 4 Из определения, характерного для маркетинга в индустрии гостеприимства следует, что консолидация – это ...
- 5 Маркетинг можно определить как ...
- 6 Конкурентоспособность – это ...
- 7 Совокупность продуктов и услуг, необходимых потребителю для обеспечения его воспроизводства, функционирования и развития, – это ...
- 8 Основное преимущество анкетирования перед интервьюированием заключается ...
- 9 Конъюнктура рынка – это ...
- 10 Целью стратегического маркетинга является ...
- 11 Сегментация рынка – это ...
- 12 Условием эффективности сегментации является ...
- 13 Совокупность элементов, обеспечивающих единство внешнего вида всех фирменных объектов (логотипа, торговой марки, цветовой палитры, шрифта), – это ...
- 14 Образ субъекта в общественном сознании – это ...
- 15 Преднамеренно подготовленная ложная информационная модель субъекта, распространяемая среди общественности для формирования его ложного имиджа в соответствии с интересами ее создателя – это ...





- 16) Устойчивый ложный образ субъекта, сформированный в условиях преднамеренных или непроизвольных дефицита или (и) противоречивости информации о субъекте, – это ...
- 17) Информационный бюллетень, предназначенный для газет, журналов, радио и телередакций, из которого они могут получить интересующую их информацию, – это ...
- 18) Специальное мероприятие, проводимое с целью распространения некоторой информации и/или демонстрации некоторых товаров или услуг, – это ...
- 19) Деловое специальное мероприятие, имеющее довольно жесткий, стандартизированный формат и практическую направленность, – это ...
- 20) ... – специальное мероприятие, проходящее как массовое празднество, показ достижений музыкального, театрального, эстрадного и т.п. искусства или достижений в какой-либо другой области
- 21) Маркетинговая возможность фирмы – это ...
- 22) Первый этап подготовки любого мероприятия – это ...
- 23) Процесс популяризации бренда и закрепления его позитивного облика в сознании целевых аудиторий – это ...
- 24) PR – это деятельность по организации и обеспечению коммуникации субъекта ...
- 25) Маркетинг в сфере HoReCa характеризуется реализацией ...
- 26) Товары HoReCa могут потребляться только непосредственно в месте их производства, а следовательно, их предложение отличается ... производством
- 27) Половозрастной состав потребителей с учетом численности в половозрастных группах, уровень их образования, национальность, вероисповедание относятся к классу ... факторов
- 28) Такие факторы, как общая емкость рынка услуг, денежные доходы, структура доходов и расходов потребителей, количество выходных, относятся к группе ... факторов
- 29) Жесткое управление спросом ...





- 30) Определенная группа людей, состоящая из потенциальных потребителей товара (покупателей и клиентов), к которым обращено рекламное сообщение, – это ...
- 31) Наиболее выгодным для продвижения мероприятия является присутствие на нем ...
- 32) Если ресторан А размещает рекламу ресторана Б, в то время как ресторан Б продвигает услуги ресторана А, то такой тип взаимодействия является ...
- 33) Метод исследования материалов, опубликованных в СМИ, применяемый для оценки качественного и количественного присутствия компании (персоны, бренда, идеи) в прессе, – это ...
- 34) Управленческая деятельность в маркетинговом отделе осуществляется на трех уровнях (сверху вниз): ...
- 35) Выбор партнера на конкурсной основе для решения конкретной маркетинговой задачи или оказания комплекса услуг называется ...
- 36) Положительная известность субъекта среди его общественности называется ...
- 37) Для публичной демонстрации достижений в различных областях традиционно используется формат ...
- 38) Информация о том, что за прошедшую неделю в печатных источниках опубликовано 9 упоминаний общей площадью 0,9 п.л., на телевидении прошло 3 сюжета общей длительностью 10 минут, пресс-релиз акции размещен на 5 сайтах, – это ...
- 39) Мероприятие можно считать полностью завершенным после ...
- 40) Мероприятие можно считать успешным в случае если ...
- 41) Стратегия отступления в Матрице Бостонской консалтинговой группы соответствует позиции ...
- 42) Прогнозирование спроса заключается ...
- 43) В основе моделирования покупательского поведения лежит ...
- 44) Цели деятельности фирмы и цели маркетинга ...
- 45) Коэффициент сменяемости представляет собой частное от деления общей численности посетителей на ... посещаемость





- 46 Если планируется ужин с шоу-программой и танцами, количество гостей – 100 человек, то оптимальная площадь помещения для проведения этого мероприятия – ...

