



Основы маркетинга.э

- 1 Маркетинг можно определить как ...
- 2 Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является ...
- 3 Сущность концепции « социально-этического» маркетинга заключается в том, что ...
- 4 Пассивный маркетинг – это ...
- 5 Принципы, на основе которых реализуется функциональный маркетинг, объединяются концепцией ...
- 6 Цели деятельности фирмы и цели маркетинга ...
- 7 Основной принцип проблемной формы организации маркетинга на фирме заключается в ...
- 8 Маркетинговая служба на фирме может быть организована по ... принципу
- 9 Неверно, что среди концептуальных подходов к маркетингу выделяют ...
- 10 Особенность современного этапа мирового развития маркетинга заключается в том, что это ...
- 11 Маркетинговая среда фирмы – это ...
- 12 Критерий контролируемости позволяет в маркетинговой среде выделить виды ...
- 13 Внутренняя микросреда предприятия включает ...
- 14 Внешняя микросреда маркетинга включает силы и факторы ...
- 15 Микросреда маркетинга обусловлена ...
- 16 Макросреда маркетинга обусловлена ...
- 17 Рынок, с точки зрения маркетинга, – это ...





- 18) Факторы, обеспечивающие возможность регулирования рынка, - это
- 19) Конкурентоспособность – это ...
- 20) Возрастная структура потребителей – это фактор ...
- 21) Совокупность продуктов и услуг, необходимых потребителю для обеспечения его воспроизводства, функционирования и развития – это ...
- 22) Покупатель, который основное внимание обращает на качество покупаемого товара, характеризуется с точки зрения психологической чувствительности к цене как ...
- 23) Согласно одной из теорий мотивации удовлетворения наших потребностей, существует утверждение о том, что человек не в состоянии полностью понять мотивы своих действий. Такая точка зрения принадлежит ...
- 24) В основе моделирования покупательского поведения лежит ...
- 25) Спрос – это ...
- 26) Макроспрос – это спрос ...
- 27) Правилу Парето соответствует соотношение ...
- 28) Жесткое управление спросом возможно ...
- 29) Консюмеризм – это ...
- 30) Маркетинговая информация – это ...
- 31) Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются ... информацией
- 32) Наименее дорогим видом информации является ...
- 33) Из указанных субъектов рынка торговыми корреспондентами являются:
- 34) Основное преимущество анкетирования перед интервьюированием заключается в ...
- 35) Роль статистики в маркетинговом исследовании заключается ...





- 36) Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью ...
- 37) Конъюнктура рынка – это ...
- 38) Прогнозирование спроса заключается в ...
- 39) Мозговой штурм является ...
- 40) Стратегия маркетинга – это ...
- 41) Целью стратегического маркетинга является ...
- 42) Стратегия специалиста относится к маркетинговой стратегии ...
- 43) Новый товар своим внешним видом напоминает прежнее изделие, однако обладает рядом новых свойств или вообще имеет иные характеристики – это диверсификация ...
- 44) Стратегия отступления в матрице БКГ соответствует позиции ...
- 45) Стратегии диверсификации в матрице «Товары / рынки» соответствует комбинация условий ...
- 46) Задачей операционного маркетинга является ...
- 47) Сегментация рынка – это ...
- 48) Условием эффективности сегментации является ...
- 49) К функциям управления относятся:
- 50) Синонимом понятия «комплекс маркетинга» является ...
- 51) Управленческая деятельность в маркетинговом отделе осуществляется на трех уровнях (сверху – вниз):
- 52) На ... уровне маркетинг ставит производство в функциональную зависимость от объемов и структуры спроса
- 53) К концепции маркетингового управления можно отнести мероприятие ...
- 54) Неверно, что в процесс управления маркетингом входит решение задачи ...





- 55) Оперативное планирование маркетинга предполагает определение ...
- 56) Модель движущих сил отрасли по Портеру состоит из элементов: рыночная власть поставщиков, рыночная власть потребителей, угроза появления продукта-субститута, концентрация существующей конкуренции, угроза появления новых ...
- 57) Данная траектория на матрице BCG называется траектория .../IMG
- 58) Фаза процесса принятия решения по покупке потребителем включает этапы: осознание потребности, поиск информации, оценка и выбор альтернатив, принятие решение о покупке, оценка по результатам потребления, высвобождение, а также этап ...
- 59) Алгоритм маркетингового проектирования, помимо вторичной информации, гипотез целевого рынка, SWOT, маркетинговых исследований, расчета целевого рынка, позиционирования, разработки комплекса маркетинга (4P или 5P), включает также ...
- 60) С точки зрения общепринятой классификации в идеальной ассортиментной линии должны существовать типичные пять «товарных групп» или услуг: генератор трафика, генератор оборота, генератор прибыли, имиджевый товар и ...
- 61) Компания-производитель, играющая в секторе B2C. Активизирует рекламную активность, направленную на конечного потребителя. Какую стратегию продвижения она применяет ...
- 62) Использование клиентских баз для проведения маркетинговых мероприятий называется ...
- 63) Торговая марка, владельцем которой является розничная сеть, называется ...
- 64) Посредник между компанией-поставщиком и торговыми точками, либо между предприятиями оптовой торговли и розничной сетью – это ...
- 65) Группы XYZ-анализа делятся на классы по коэффициенту ...
- 66) Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму ...
- 67) На рис. изображена матрица, сгенерированная модулем аналитической отчетности одной из маркетинговых систем, которая называется матрица ...
- 68) Концепция, характеризующая развитие во времени нового товара/услуги, называется ...





- 69 На рис. Кривая жизненного цикла товара знаком вопроса обозначена фаза ...
- 70 По Портеру организация может выбрать одну из трёх базовых стратегий: лидерство по издержкам, фокусирование и ...

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



WhatsApp



Telegram



Max

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