



Поведение потребителей.dor_БАК_230215

- 1 Под поведением потребителей понимают ...
- 2 ... – это ощущение психологического или физиологического недостатка чего-либо, возникающее у индивида
- 3 Установите правильную последовательность уровней пирамиды потребностей А. Маслоу (снизу вверх):
- 4 Чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо, исходящей от природы человека, является ...
- 5 При проведении качественных исследований в сфере потребительского поведения используются такие методы, как ... (укажите 2 варианта ответа)
- 6 Импульсные покупки имеют отличительные признаки, такие как ... (укажите 2 варианта ответа)
- 7 ... потребность вызвана необходимостью в духовном росте, авторитете, дружбе
- 8 ... – это приобретение, использование продуктов, услуг и идей
- 9 Потребность, подкрепленная покупательной способностью, – это ...
- 10 Потребление – это ...
- 11 Английское сокращенное название системы, позволяющей четко разделить всех своих клиентов на группы с разными мотивами покупок и чертами характера, – это ...
- 12 Установите соответствие между типом покупок и его описанием:
- 13 К факторам, влияющим на повышение спроса, относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 14 Чтобы оказаться в положении равновесия (т.е. максимизировать полезность), потребитель должен ...
- 15 Потребительские предпочтения – это ...
- 16 Установите соответствие между критериями сегментации и их примерами:





- 17) Обратный подход к сегментации на основе искомой пользы начинают с исследования ... поведения респондентов.
- 18) Установите последовательность основных этапов процесса потребления:
- 19) Величину относительного изменения спроса на товар при изменении дохода на 1 % характеризует коэффициент эластичности спроса по ...
- 20) Величину относительного изменения спроса на товар при изменении цены этого товара на 1 % характеризует коэффициент эластичности спроса по ...
- 21) Предприятие рассматривает вопрос о выпуске нового товара на рынок. Вероятность успеха рекламной кампании оценивается в 0,8. В случае успешной рекламной кампании вероятность успешного выпуска нового товара на рынок составляет 0,6. В случае неудачи рекламной кампании вероятность успешного выпуска нового товара на рынок оценивается в 0,3. Какова вероятность успешного выпуска нового товара на рынок?
- 22) К внутренним факторам, влияющим на потребительское поведение, относят ... (укажите 2 варианта ответа)
- 23) Вероятность постпокупочного диссонанса (сомнений) потребителя может быть снижена за счет ...
- 24) Классическая (базовая) модель потребительского поведения, предложенная Ф. Котлером, – это ...
- 25) ... коммуникация – это вид коммуникации, состоящий в распространении информации в широком пространственно-временном диапазоне в расчете на большую аудиторию
- 26) ... коммуникации представляют собой процесс передачи целевой аудитории информации о продукте
- 27) ... является автором теории престижного потребления
- 28) Правильный набор типов покупательского поведения: ...
- 29) Расположите в правильной последовательности этапы процесса конкретизации потребности:
- 30) Расположите в правильной последовательности факторы, под воздействием которых формируется спрос потребителей: (от сильного к более слабому)





- 31) Установите соответствие понятий и их содержания:
- 32) Установите соответствие между теориями мотивации и их основоположниками:
- 33) Группа, оказывающая прямое (т.е. при личном контакте) или косвенное влияние на отношения или поведение человека, – это ...
- 34) Вид памяти, связанный с пятью органами чувств человека, – это ...
память
- 35) ... потребителей – это система мотивов, соображений, интересов, которыми обладает покупатель в процессе принятия решения о покупке
- 36) Активизация осознания потребителем общей проблемы при выборе продукта или услуги проводится маркетологами в ситуации ...
проблемы для потребителя.
- 37) Современный подход к работе с потребителем, основанный на продолжительных, доверительных и продуктивных отношениях продавца и покупателя, – это ...
- 38) Эффект ... – это воздействие, которое изменение цены товара оказывает на реальный доход
- 39) В варианте мультиатрибутивной модели $A_b = \sum_i W_i X_{ib}$ коэффициенты W_i отражают как значимость, приписываемую потребителем атрибуту ...
- 40) В мотивационном конфликте «избежание – ...» потребитель стоит перед двумя нежелательными альтернативами
- 41) Вероятность того, что при принятии решения потребитель ограничится внутренним поиском информации, повышается, если ... (укажите 2 варианта ответа)
- 42) Торговая сеть А распространила листовки об изменении цен на свои товары. Затраты на рекламу составили 25 000 руб. Изменение товарооборота до и после проведения рекламы показывают данные, приведенные в таблице ниже. Какими будут прирост товарооборота и экономический эффект?
- 43) В процессе принятия решения о покупке в сфере потребительских товаров субъекту рынка следует выяснить, какие именно ощутимые нужды или проблемы возникли, чем вызвано их возникновение, каким образом они вывели человека на конкретный товар, на этапе ...
- 44) Этап ... – это этап, на котором потребитель фактически приобретает товар





- 45) В случае распространения информации по каналам неличной коммуникации отсутствует ...
- 46) Установите соответствие между этапами процесса принятия товара-новинки и их характеристиками:
- 47) ... реклама – это вид рекламы, который информирует потребителя о свойствах и достоинствах товара, пробуждает интерес к нему; потребитель стремится установить контакты с продавцом и из пассивного, потенциального превращается в активного, заинтересованного в покупке
- 48) Совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов – это ... продаж
- 49) Если покупатели безразличны к товару, то это товар ...
- 50) Совокупность свойств и характеристик товара или услуги, относящиеся к их способности удовлетворять существующие или предполагаемые потребности — это ... товара (услуги)
- 51) Закон спроса выражает ...
- 52) Потребительские решения, принимаемые супругами домохозяйства, классифицируются на 4 основные группы по критерию доминирования, такие как ... (укажите 4 варианта ответа)
- 53) По степени сложности выделяют ограниченные процессы решений потребителя о покупке, представляющие собой ...
- 54) Если рекламное объявление помещено в журнале, который в среднем покупают и читают 100 000 чел., из них 60 000 чел. принадлежат к целевой группе, на которую ориентировано объявление, и оценки показывают, что эти 60 000 чел. составляют около 50 % от всей целевой группы, то это значит, что покрытие целевой группы составляет ...
- 55) Ответная реакция потребителя – это ...
- 56) Ценовые методы стимулирования продажи товаров включают ... (укажите 3 варианта ответа)
- 57) Установите соответствие вида стимулирования продаж по аудитории и его характеристики, помогающей определить этот вид:



- 58) Определите последовательность этапов процесса принятия решения о покупке:
- 59) ... потребителя – это соответствие между его ожиданиями и реальным опытом в процессе покупки товара или услуги
- 60) Потребительская ... – это верность, приверженность покупателей компании, товару, торговой марке
- 61) Определите последовательность этапов определения индекса потребительской лояльности NPS:
- 62) Определите последовательность этапов процесса моделирования поведения потребителей в модели потребительского поведения AIDA:
- 63) Компания в минувшем году имела валовую прибыль (П1) 14,2 млн руб. В текущем году в связи с изменением стратегии компании валовая прибыль (П2) выросла на 10 %. Общая сумма затрат на стимулирование продаж (З) составила 432 000 руб. Каким будет годовой экономический эффект (ЭГ) от новой стратегии компании и рентабельность затрат (Р) на проведение стимулирование продаж?
- 64) Под поведением потребителей понимают ...
- 65) Субъективную оценку человеком свойств конкретного товара называют ...
- 66) Нехватка чего-либо, исходящее от природы человека, является ...
- 67) Теория потребительского поведения предлагает, что потребитель стремится максимизировать ...
- 68) ... является общим для теории кардиналистов и теории ординалистов
- 69) Способность товара удовлетворять потребность человека – это ...
- 70) Закономерности распределения расходов между группами товаров по мере роста дохода потребителя рассматривал ...
- 71) Метод сбора первичной информации путем выяснения субъективных мнений, предпочтений потребителей в отношении объекта (товара, услуги, уровня обслуживания), – это ...
- 72) Установите последовательность этапов сегментирования по группам потребителей:





- 73) Определите последовательность этапов позиционирования товара/предприятия, связанного с оценкой восприятия товара потенциальными потребителями:
- 74) ... – это намерение приобрести товар (услугу), обеспеченное способностью уплатить за него установленную цену
- 75) ... представляет собой приращение суммарного потребительского эффекта от определенного блага (товара, услуги), достигаемое за счет потребления каждой дополнительной единицы этого блага
- 76) Субституты – это ...
- 77) Установите соответствие между методами изучения поведения потребителей и их характеристиками:
- 78) Установите правильную последовательность этапов сегментации рынка:
- 79) Однородная группа потребителей целевого рынка фирмы, обладающая схожими потребностями и покупательскими привычками по отношению к товару фирмы, – это ...
- 80) Установите соответствие между закрытыми вопросами потребителям и их формами:
- 81) Для оценки в процентах посетителей магазина, которые сделали покупки, целесообразно использовать метод ...
- 82) Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается ...
- 83) Модель ... поведения – это некая модель реагирования покупателей в ответ на воздействие на них побудительных стимулов
- 84) Когнитивный диссонанс является следствием того, что ...
- 85) Установите соответствие потребительского предпочтения и маркетинговой концепции
- 86) Основное понимание концепции FAB состоит в превращении ...
- 87) Группа, ценностные представления и поведение которой индивид не приемлет, называется ...
- 88) Внутренние факторы потребительского поведения – это ... (укажите 3 варианта ответа)





- 89) Личностными факторами, влияющими на покупательское поведение потребителя, являются такие, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 90) Совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов – это ...
- 91) ... – это процесс установления и развития контактов между людьми и группами, порождаемый потребностями совместной деятельности
- 92) Процесс разбивки потребителей или потенциальных потребителей на рынке на различные группы (или сегменты), в рамках которых потребители имеют схожие или аналогичные запросы, – это ... рынка
- 93) По характеру контактов группы ситуационного влияния на поведение потребителей разделяют на ...
- 94) Современный подход к работе с потребителем, основанный на продолжительных, доверительных и продуктивных отношениях продавца и покупателя, – это ... отношений
- 95) В соответствии с психоаналитической теорией ... опосредует инстинктивные требования и моральные запреты
- 96) В соответствии с психоаналитической теорией ... представляет социальные или личные нормы и служит этическим принуждением поведения
- 97) Установите соответствие между понятиями и их определениями:
- 98) Определите последовательность этапов опроса потребителей путем анкетирования:
- 99) Определите последовательность этапов коммуникационного процесса при работе с потребителями:
- 100) ... маркетинговые коммуникации – это комплекс взаимодополняющих видов коммуникации с клиентами, который осуществляется на разных стадиях воронки продаж с помощью разных инструментов
- 101) Использование продукта в процессе удовлетворения потребностей – это ...
- 102) Знание потребительского поведения необходимо для ...





- 103 Сила воздействия коммуникаций на потребителя зависит от ...
- 104 Установите соответствие между параметрами потребительского поиска информации и их характеристиками:
- 105 Этап процесса покупки, на котором компания-потребитель определяет и выбирает наилучшие технические особенности требуемого товара, – это ...
- 106 Знание потребительского поведения необходимо маркетологу для ... (укажите 2 варианта ответа)
- 107 Установите соответствие между типами доводов и их примерами:
- 108 Расположите факторы, под воздействием которых формируется спрос потребителей, в порядке ослабления их влияния на потребителей (от сильного влияния к слабому):
- 109 Вероятность послепокупочного диссонанса (сомнений) снижается путем ... (укажите 2 варианта ответа)
- 110 К типам ситуаций принятия решения о покупке потребителем относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 111 В случае распространения информации по каналам неличной коммуникации отсутствует ...
- 112 Продвижение товаров и услуг на рынке представляет собой ...
- 113 Группа, чья предполагаемая позиция или ценности используются индивидуумом как основа для текущего поведения, называется ... группой
- 114 Английская аббревиатура ... означает самую распространенную систему, которая помогает наладить персонифицированные отношения с каждым клиентом, накапливать и систематизировать данные о запросах покупателей
- 115 Расположите в правильном порядке этапы процесса принятия решения о покупке:
- 116 Установите соответствие между моделями покупательского поведения и их характеристиками:
- 117 Лояльный потребитель – это ...
- 118 Программа ... – это система поощрения постоянных покупателей: за приверженность компании клиенты получают скидки и бонусы





- 119) Источник мотивации покупки, заставляющий потребителя выбирать именно этот товар, – это ...
- 120) Установите соответствие между видами скидок и их характеристиками:
- 121) Стимулирование ... – это проведение мероприятий, направленных на увеличение продаж товаров и услуг и привлечение большего количества потребителей различными средствами и методами
- 122) Предварительно разработанный план действий, который направлен на изменение мнения потребителя, – это ... продаж
- 123) ... – это способность компании увеличивать свою прибыль за счет глубокого понимания и максимального удовлетворения потребностей клиентов
- 124) Потребитель тратит весь доход на два товара и потребляет 6 ед. первого товара и 20 ед. второго товара. Цена первого товара в два раза выше цены второго товара. Доход потребителя и цена второго товара удвоились, цена первого товара при этом осталась неизменной. Если потребитель по-прежнему будет потреблять 20 ед. второго товара, то какое максимальное количество первого товара он сможет себе позволить?
- 125) Цена на товар падает с 10 000 руб. до 5 000 руб. Это увеличивает спрос с 5 ед. товара до 15 ед. Какова эластичность спроса на данный товар?
- 126) В таблице ниже приведены данные по проведению рекламной коммуникации с потребителями. Какова эффективность рекламной коммуникации (чему равны экономический эффект и рентабельность рекламирования?).
- 127) Магазин посещают в среднем 500 покупателей в день. Средний чек – 450 руб. Какой должна быть сумма среднего чека магазина, чтобы ежемесячная выручка (за 30 дней) увеличилась на 20 %?
- 128) Упаковка товара стоила 85 руб. В магазине проходит акция, и скидка на товар составляет 30 %. Сколько упаковок товара по старой цене можно было купить на 350 руб., а сколько – можно купить на эти же деньги по новой цене?
- 129) В договоре поставки между компаниями А и Б предусмотрено, что стоимость доставки бутилированной воды за емкость 19 л по договору составляет 160 руб. Если объем поставки за месяц превысит 190 л, стоимость доставки будет ниже и составит 150 руб. Условие о превышении объема поставок выполнено: 160 руб. – базовая цена, 150 руб. – новая цена. Каким будет процент скидки?

