



Поведение потребителей.ти

- 1) Метод сегментирования, который представляет собой разработку модели сегмента в результате прямого наблюдения и исследования оригинала, – это ... метод
- 2) Использование географических критериев в сочетании с ... позволяет достаточно полно охарактеризовать целевые рынки фирмы и точно их измерить (емкость рынков в целом и по сегментам)
- 3) Горизонтальное сегментирование представляет собой ...
- 4) Сопоставляя понятия «потребитель» и покупатель», можно утверждать, что ...
- 5) Такой фактор психологического порядка, как ..., позволяет индивиду сравнительно стабильно вести себя по отношению к схожим друг с другом объектам
- 6) Этническая группа США, представители которой отличаются от других потребителей большим расходом денег на косметику, предметы туалета и одежду, – ...
- 7) Приобретение связанных с потреблением познаний, убеждений и моделей поведения – это ...
- 8) Согласно классификации людей по степени их восприимчивости, к категории «раннее большинство» относятся ...
- 9) Неверно, что при ... потребитель обладает достаточным опытом и знаниями о товарах данного вида, чтобы принять решение без предварительного обдумывания (согласно дескриптивной модели процесса принятия решения о покупке)
- 10) Неверно, что покупки организаций можно охарактеризовать с точки зрения ... критериев
- 11) Модели сущности сегментирования, классификации методов и критериев сегментирования и алгоритмы процедуры сегментирования (по разным методам) относятся к ... моделям сегментирования потребителей
- 12) Способ защиты потребителей, к которому относятся штрафы и заключение под стражу, – это ...





- 13) Совокупность потенциальных потребителей, имеющих общие нужды или потребности, готовых и согласных на обмен с целью их удовлетворения, – это ...
- 14) Потребности по форме выражения классифицируются на ...
- 15) Теоретическая позиция в области этики, которая признает своей целью не интересы отдельной личности или предприятия, а достижение наибольшей пользы для большинства людей, – это концепция ...
- 16) Группа консюмеризма как общественного движения, которая действует через конкуренцию и саморегулирование в интересах потребителей, – это ...
- 17) Экономические потребности, которые выражают потенциальную потребительскую силу общества, существуют на протяжении всей истории человечества и стимулируют развитие производства, – это ...
- 18) Потребители, которые согласно сегментированию по уровню приверженности к марке характеризуются как потребители, проявляющие слабое предпочтение одной марки, – ...
- 19) Неверно, что для преодоления трудностей, связанных с установлением контактов с потребителями, применяют ...
- 20) Неверно, что ... является фактором, определяющим значение маркетинга в экономике
- 21) ... метод сегментирования представляет собой разработку модели сегмента в результате прямого наблюдения и исследования оригинала
- 22) Характеристики оптимистов (по типологии потребителей R-TGI): ...
- 23) Характеристики типа «казаки» (по психографической типологии российских потребителей автомобилей (1992 г.)): ...
- 24) Характеристики группы успеха (по психографической типологии российских потребителей ювелирных изделий (средний класс)): ...
- 25) Характеристики карьериста (по психографической типологии российских потребителей (средний класс)): ...
- 26) Метод сегментирования, основанный на в нахождении априорных различий между потребителями и делении потребителей на группы, – это ... метод





- 27) Потребители типа ... (по типологии потребителей R-TGI) обладают прогрессивными взглядами, современным мышлением, высокой потребительской и покупательской активностью, хотят и могут покупать новые продукты, товары и услуги и, как правило, делают это раньше других
- 28) Потребители типа ... (по психографической типологии российских потребителей автомобилей (1992 г.)) пассивны, имитируют других, боятся выбора
- 29) Ключевой задачей фирмы является ...
- 30) Консюмеризм – это ...
- 31) Основа рыночной экономики – это ...
- 32) Важнейший постулат консюмеризма: ...
- 33) Этническая группа США, представители которой отличаются от других потребителей большим расходом денег на косметику, предметы туалета и одежду, – это ...
- 34) Элемент культуры, к которому относятся знания о физическом и социальном мирах, наука, технология, практические знания, идеи, касающиеся социальной структуры, организации и способы функционирования общества, – это ...
- 35) Всеобщие взгляды на то, какого образа жизни надо придерживаться, а также формальные и неформальные правила, определяющие, какие цели перед собой ставить и как их добиваться, – это ...
- 36) Группы людей с примерно одинаковым поведением, основанным на их экономическом положении на рынке, объединенных также едиными ценностями и интересами, – это ...
- 37) Степень осознания людьми своей принадлежности к определенной группе, имеющей собственные, особые политические и экономические интересы, – это ...
- 38) Устоявшиеся формы бытия человека в мире, находящие свое выражение в его деятельности, интересах и убеждениях, – это ...
- 39) Совокупность отличительных психологических характеристик человека, обеспечивающих относительную последовательность и постоянство его ответных реакций на окружающую среду, – это ...
- 40) Склонность людей трансформировать информацию, придавая ей личностную значимость, – это избирательное ...





- 41) Определенные перемены, происходящие в поведении индивида под влиянием накопленного им опыта, – это ...
- 42) Мысленная характеристика индивидом чего-либо – это ...
- 43) Сложившаяся на основе имеющихся знаний устойчивая благоприятная или неблагоприятная оценка индивидом какого-либо объекта или идеи, испытываемые к ним чувства и направленность возможных действий – это ...
- 44) Нормы и ценности субкультур называют ...
- 45) Внешняя характеристика покупателя, которая определяется размерами расходной части доходов, размерами сбережений и активов, кредитоспособностью и взглядами на расходование средств в противовес их накоплению, – это ...
- 46) Группа культурных ценностей, которая отражает взгляды общества на уместные отношения индивидуумов и групп в обществе, – это ценности, ориентированные на ...
- 47) Исследователи выделяют такие классы потребителей, как ...
- 48) Последовательность потребностей в пирамиде потребностей А. Маслоу: ...
- 49) Для коммерческих исследований потребителей используется такой показатель измерения социального статуса, как ...
- 50) Такой фактор психологического порядка, как ..., теоретики считают результатом взаимодействия побуждений, сильных и слабых раздражителей, ответных реакций и подкрепления
- 51) Неверно, что ... относится к таким чертам индивида, на основании которых описывают тип личности
- 52) Стратификация – это ...
- 53) Мобильность как понятие, отражающее нестабильность систем стратификации общества, – это ...
- 54) Цель концепции закупок по принципу «точно в срок» – в ...
- 55) Поиск информации, предъявление запроса, покупка, потребление, предъявление реакции на покупку – все эти элементы относятся к ... аспекту потребительского поведения





- 56) Компании, которые приобретают товары и услуги, необходимые для производства их собственных товаров или предоставления ими услуг, относятся к рынку ...
- 57) Согласно классификации людей по степени их восприимчивости, к категории «отстающие» относятся ...
- 58) Выбору товаров, в которых потребитель в значительной степени заинтересован и относительно которых он ощущает высокие риски (финансовый, физический, психологический, риск потери времени), сопутствует ... вовлеченность
- 59) Характеристика новинки, которая представляет собой степень ее кажущегося превосходства над существующими товарами, – это ...
- 60) Характеристика новинки, которая представляет собой степень соответствия принятым потребительским ценностям и опыту потребителей, – это ...
- 61) Характеристика новинки, которая представляет собой степень относительной трудности понимания ее сути и использования, – это ...
- 62) Неверно, что ... является моделью товара
- 63) Неверно, что ... является моделью реакции потребителей на стимулы
- 64) Функции субъектов влияния в закупочном центре (центре принятия решений) – ...
- 65) Неверно сформулирован следующий признак организационного покупательского поведения (по И.В. Алешиной): «...»
- 66) Неверно сформулирован следующий признак организационного покупательского поведения (по И.В. Алешиной): «...»
- 67) Неверно сформулирован следующий признак организационного покупательского поведения (по И.В. Алешиной): «...»
- 68) Когда потребность в определенных товарах возникает у компании впервые и она не имеет в этом вопросе достаточного опыта или такой опыт вообще отсутствует, имеет место такой вид закупки, как ...
- 69) Тип процесса принятия решения о покупке, который, согласно дескриптивной модели процесса принятия решения о покупке, состоит из трех этапов (осознание проблемы; определение способа решения проблемы и принятие решения; покупка), – это ...



- 70 Этап процесса восприятия товара-новинки, на котором потребитель узнает о новинке, но не имеет о ней достаточной информации, – это этап ...
- 71 Этап процесса восприятия товара-новинки, на котором потребитель решает, имеет ли смысл опробовать новинку, – это этап ...
- 72 Под личным влиянием понимается ...
- 73 Типичный продукт (по модели Т. Левита «Общая концепция продукта») – это совокупность ...
- 74 Финансовый лизинг – это ...

