



Прикладной маркетинг.фип_МАГ_РиСО_н/с

- 1 Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена, - это ...
- 2 Какова основная цель маркетинга согласно Котлеру?
- 3 Какова основная задача формирования ассортиментной политики?
- 4 Какая ошибка часто встречается в компаниях при разработке ценовой политики?
- 5 Упорядочите этапы формирования ассортиментной политики:
- 6 Какую задачу решает сбыт продукции?
- 7 Какова основная цель работы с оверстоками?
- 8 Глобальный смысл существования компании, помимо извлечения прибыли, - это ...
- 9 Какая из перечисленных характеристик НЕ относится к миссии?
- 10 Какое из утверждений о миссии верно, исходя из текста?
- 11 Что из перечисленного является операционной деятельностью компании?
- 12 Что представляет собой стратегия?
- 13 Что такое сезонность в бизнесе?
- 14 Что, по мнению автора, является ключевой ролью маркетинга?
- 15 Как связаны стратегия и миссия компании?
- 16 Что является основной целью анализа рынка?
- 17 Расположите этапы работы с рынком в правильном порядке:
- 18 Что означает термин "голубой океан" в маркетинге?



- 19) Зачем учитывать сезонность в маркетинговой стратегии?
- 20) Как связаны аналитика и УТП (уникальное торговое предложение)?
- 21) Какие возможности открывает анализ оцифрованных показателей в онлайн-маркетинге?
- 22) Допустим, компания "Солнечный день" производит мороженое. В летний период продажи стабильно высокие, однако зимой спрос значительно падает. Какой подход, основанный на принципах из текста, поможет компании стабилизировать продажи в течение всего года?
- 23) Представьте, что вы открываете кофейню и хотите создать место с особой атмосферой, где люди смогут не только выпить качественный кофе, но и пообщаться, поработать или просто отдохнуть. Какая миссия лучше всего отражает эту концепцию?
- 24) Разделение рынка на группы покупателей с определенными характеристиками (схожими или уникальными) с целью определения характера товаров и услуг под конкретного клиента, - это ...
- 25) Что является целью сегментации?
- 26) Что является ключевым фактором успеха в эконом-сегменте?
- 27) Какая характеристика является отличительной чертой сегмента "low-middle"?
- 28) Какая из перечисленных компаний является примером бренда сегмента "low-middle"?
- 29) Как сегмент "low-middle" влияет на стратегию маркетинга?
- 30) Продукты, охватывающие несколько рыночных сегментов одновременно, предлагая варианты разного качества и цены, - это ...
- 31) Какая из перечисленных характеристик НЕ является отличительной чертой сегмента люкс?
- 32) Какая из перечисленных стратегий маркетинга наиболее подходит для сегмента люкс?
- 33) Какой из перечисленных брендов является примером бренда сегмента люкс?





- 34) Сопоставьте характеристику с ее соответствующим сегментом рынка:
- 35) Что является отличительной характеристикой сегмента кросс-продуктов?
- 36) Какая из перечисленных стратегий маркетинга наиболее подходит для кросс-продуктов?
- 37) Что является основной целью формирования конкурентных преимуществ?
- 38) Какая из перечисленных характеристик НЕ является конкурентным преимуществом?
- 39) Какой из перечисленных сегментов рынка характеризуется наибольшим уровнем конкуренции?
- 40) Как конкурентные преимущества влияют на ценообразование?
- 41) Расположите сегменты рынка в порядке убывания уровня конкуренции:
- 42) Как конкурентные преимущества влияют на дистрибуцию?
- 43) В каком сегменте, по мнению автора, можно найти уникальность и отстройку?
- 44) На что указывает наличие свободных средств на рынке?
- 45) Допустим, потребитель выбирает электроинструмент в магазине. Он ищет дрель сопоставимую по качеству с известным брендом, но по значительно более низкой цене. К какому сегменту покупателей, согласно тексту, относится этот потребитель?
- 46) Предположим, сеть ресторанов быстрого питания "Burger House" хочет привлечь клиентов из разных сегментов. Какая стратегия, основанная на примере McDonald's из текста, будет наиболее эффективной?
- 47) Набор товаров, услуг и сервисов, которые компания предлагает и продает на рынке, исходя из потребительского спроса, производственных мощностей и имеющихся ресурсов, - это ...
- 48) Сопоставьте типы продуктов и соответствующие им примеры:
- 49) Чем расширенный продукт отличается от стандартного продукта?
- 50) Какая характеристика НЕ относится к стандартному продукту?





- 51) Какая цель выделения отдельных сегментов базового рынка при разработке стандартного продукта?
- 52) Какая из следующих характеристик является отличительной чертой расширенного продукта?
- 53) Какой показатель НЕ является критерием оценки продуктового портфеля?
- 54) Зачем компании включают в продуктовый портфель немаржинальные продукты?
- 55) Кто должен заниматься оценкой продуктового портфеля?
- 56) Сопоставьте термины и их определения:
- 57) Что из перечисленного НЕ является критерием сегментации продуктового портфеля?
- 58) Высокоуровневый план разработки и запуска продукта, который определяет, как продукт поддерживает цели компании и воплощается в жизнь, - это ...
- 59) Какая главная цель продуктовой стратегии?
- 60) Графическое представление этапов выполнения продуктовой стратегии, - это ...
- 61) Какое понятие включает в себя тестирование новых товаров в ассортиментной матрице?
- 62) Упорядочите шаги разработки продуктовой стратегии:
- 63) Какая задача НЕ является частью жизненного цикла продукта?
- 64) Что такое конкурентное преимущество?
- 65) Какая характеристика относится к дифференциации продукта?
- 66) Какой тренд способствует персонализации продукта?
- 67) Сотрудничество между двумя или более брендами или дизайнерами для создания продуктов или коллекций, - это ...
- 68) Рассмотрим компанию "Хлебный дом", который печет хлеб. Что, согласно тексту, является продуктовым портфелем компании?





- 69 Допустим, компания "Обувь" планирует расширить ассортимент. Что, согласно тексту, можно отнести к расширенному продукту на примере кроссовок?
- 70 Совокупность клиентов компании, которые соответствуют требованиям по управляемости, прозрачности, взаимоотношениям и обеспечивающих заданную норму прибыли, - это ...
- 71 Расположите следующие этапы формирования клиентского портфеля в правильном порядке:
- 72 Как "прозрачность" клиента влияет на формирование клиентского портфеля?
- 73 Что подразумевается под "управляемостью" клиента в контексте клиентского портфеля?
- 74 Группа клиентов, объединенных общими характеристиками (например, возраст, место проживания, покупательское поведение), - это ...
- 75 Что такое паттерны поведения клиентов?
- 76 Клиенты, ориентированные на будущее, ценящие качество, детали и классический стиль, интегрированный с инновациями, - это ...
- 77 Что такое ретро данные?
- 78 Что такое кросс-маркетинг?
- 79 Сопоставьте категории клиентов с их характеристиками:
- 80 Что такое бренд-адепт?
- 81 Какой процент от общего объема продаж обычно составляют суперключевые клиенты?
- 82 Какая характеристика НЕ относится к ключевым клиентам?
- 83 Какой признак характерен для неключевых клиентов?
- 84 Какая ситуация часто встречается в компаниях без сегментации клиентов?
- 85 Какой результат может принести эффективная работа с клиентским портфелем?
- 86 Что такое ABC-анализ в контексте клиентского портфеля?





- 87) Кто должен разработать "дорожную карту" по работе с клиентами?
- 88) Что такое LTV (Lifetime Value)?
- 89) Что подразумевается под оцифровкой клиентского портфеля?
- 90) Что является "абсолютным вердиктом" анализа, приведенного в тексте?
- 91) Рассмотрим компанию, которая производит шампуни для волос. Какой подход к определению целевой аудитории будет "наиболее" эффективным?
- 92) Допустим, компания "Stylish Shoes", продающая дизайнерскую обувь, анализирует свою клиентскую базу. Кто из следующих покупателей относится к категории "суперключевые клиенты" для "Stylish Shoes"?
- 93) Какие из перечисленных факторов учитываются при разработке маркетинговой стратегии?
- 94) Что входит в продуктовую стратегию?
- 95) Что является основной целью маркетинговой стратегии?
- 96) Аспект маркетинговой стратегии, который сосредоточен на выходе на рынок, преодолении проблем на существующих и новых рынках, а также на росте и развитии, - это ...
- 97) Что представляет собой "голубой океан" в контексте маркетинговой стратегии?
- 98) Какие элементы должны быть определены в таблице для формирования маркетинговых целей?
- 99) Что означает "конверсия из посетителей в нового клиента"?
- 100) Что такое SMART-задачи?
- 101) Как увеличить конверсию из трафика в нового клиента?
- 102) Какой фактор может повлиять на изменение ассортимента товаров, продаваемых ежегодно, например, овощей и фруктов?
- 103) Упорядочите этапы декомпозиции задачи "Увеличить прибыль с активного клиента":





- 104 Кто такие прямые конкуренты?
- 105 Кто такие косвенные конкуренты?
- 106 Как один уникальный продукт может увеличить продажи?
- 107 Какой анализ помогает определить наиболее прибыльные товары?
- 108 Инструмент, используемый для оптимизации маркетинговых коммуникаций и улучшения потребительского опыта путем работы с путешествием клиентов в торговом зале (как онлайн, так и офлайн), - это ...
- 109 Как негативный потребительский опыт может повлиять на бизнес?
- 110 Сопоставьте показатели с описанием:
- 111 Что такое KPI в маркетинге?
- 112 Сопоставьте понятия с их определениями:
- 113 Что такое Cost-per-Click (CPC)?
- 114 Рассмотрим компанию, производящую детское питание. Компания хочет выйти на новый рынок. Какой вид маркетинговой стратегии будет наиболее релевантным на первом этапе?
- 115 Допустим, компания, продающая спортивную одежду, поставила цель увеличить количество посетителей в своих розничных магазинах. Какой из перечисленных инструментов наименее подходит для достижения этой цели в рамках офлайн-стратегии?
- 116 Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена, - это ...
- 117 Какова основная цель маркетинга согласно Котлеру?
- 118 Какова основная задача формирования ассортиментной политики?
- 119 Какой из процессов не является частью стратегии позиционирования?
- 120 Упорядочите этапы формирования ассортиментной политики:





- 121) Какую роль играет анализ данных в современных реалиях маркетинга?
- 122) Какова основная цель работы с оверстоками?
- 123) Глобальный смысл существования компании, помимо извлечения прибыли, - это ...
- 124) Какая из перечисленных характеристик НЕ относится к миссии?
- 125) Как миссия помогает в работе с сотрудниками?
- 126) Что из перечисленного является операционной деятельностью компании?
- 127) Что представляет собой стратегия?
- 128) Что такое сезонность в бизнесе?
- 129) Какую роль играет сервисное обслуживание в маркетинге?
- 130) Как связаны стратегия и миссия компании?
- 131) Что является основной целью анализа рынка?
- 132) Расположите этапы работы с рынком в правильном порядке:
- 133) Что означает термин "голубой океан" в маркетинге?
- 134) Зачем учитывать сезонность в маркетинговой стратегии?
- 135) Как связаны аналитика и УТП (уникальное торговое предложение)?
- 136) Разделение рынка на группы покупателей с определенными характеристиками (схожими или уникальными) с целью определения характера товаров и услуг под конкретного клиента, - это ...
- 137) Что является целью сегментации?
- 138) Что является ключевым фактором успеха в эконом-сегменте?
- 139) Какая из перечисленных особенностей поведения покупателей характерна для сегмента "low-middle"?





- 140 Как сегмент "low-middle" влияет на стратегию маркетинга?
- 141 Продукты, охватывающие несколько рыночных сегментов одновременно, предлагая варианты разного качества и цены, - это ...
- 142 Какая из перечисленных характеристик НЕ является отличительной чертой сегмента люкс?
- 143 Какой тип рекламы наиболее эффективен для охвата сегмента "low-middle"?
- 144 Какой из перечисленных брендов является примером бренда сегмента люкс?
- 145 Сопоставьте характеристику с ее соответствующим сегментом рынка:
- 146 Что является отличительной характеристикой сегмента кросс-продуктов?
- 147 Какая из перечисленных метрик является наиболее важной для оценки эффективности маркетинговых кампаний для кросс-продуктов?
- 148 Что является основной целью формирования конкурентных преимуществ?
- 149 Какая из перечисленных характеристик НЕ является конкурентным преимуществом?
- 150 Какой из перечисленных сегментов рынка характеризуется наибольшим уровнем конкуренции?
- 151 Как конкурентные преимущества влияют на отношения с инвесторами?
- 152 Расположите сегменты рынка в порядке убывания уровня конкуренции:
- 153 Как конкурентные преимущества влияют на дистрибуцию?
- 154 В каком сегменте, по мнению автора, можно найти уникальность и отстройку?
- 155 На что указывает наличие свободных средств на рынке?
- 156 Набор товаров, услуг и сервисов, которые компания предлагает и продает на рынке, исходя из потребительского спроса, производственных мощностей и имеющихся ресурсов, - это ...





- 157) Сопоставьте типы продуктов и соответствующие им примеры:
- 158) Чем расширенный продукт отличается от стандартного продукта?
- 159) Зачем компании предлагают дополнительные опции при продаже стандартных продуктов?
- 160) Какая из следующих характеристик является отличительной чертой расширенного продукта?
- 161) Какой показатель НЕ является критерием оценки продуктового портфеля?
- 162) Зачем компании включают в продуктовый портфель немаржинальные продукты?
- 163) Кто должен заниматься оценкой продуктового портфеля?
- 164) Сопоставьте термины и их определения:
- 165) Что из перечисленного НЕ является критерием сегментации продуктового портфеля?
- 166) Высокоуровневый план разработки и запуска продукта, который определяет, как продукт поддерживает цели компании и воплощается в жизнь, - это ...
- 167) Какая главная цель продуктовой стратегии?
- 168) Графическое представление этапов выполнения продуктовой стратегии, - это ...
- 169) Где должна быть зафиксирована продуктовая стратегия?
- 170) Упорядочите шаги разработки продуктовой стратегии:
- 171) Какой показатель используется для оценки соответствия продукта целевой аудитории?
- 172) Что такое конкурентное преимущество?
- 173) Какая характеристика относится к дифференциации продукта?
- 174) Какой тренд способствует персонализации продукта?
- 175) отрудничество между двумя или более брендами или дизайнерами для создания продуктов или коллекций, - это ...





- 176 Совокупность клиентов компании, которые соответствуют требованиям по управляемости, прозрачности, взаимоотношениям и обеспечивающих заданную норму прибыли, - это ...
- 177 Расположите следующие этапы формирования клиентского портфеля в правильном порядке:
- 178 Как "прозрачность" клиента влияет на формирование клиентского портфеля?
- 179 Что означает "заданная норма прибыли" в контексте клиентского портфеля?
- 180 Группа клиентов, объединенных общими характеристиками (например, возраст, место проживания, покупательское поведение), - это ...
- 181 Что такое B2C направление бизнеса?
- 182 Клиенты, ориентированные на будущее, ценящие качество, детали и классический стиль, интегрированный с инновациями, - это ...
- 183 Что такое ретро данные?
- 184 Что такое кросс-маркетинг?
- 185 Сопоставьте категории клиентов с их характеристиками:
- 186 Что такое "ядро целевой аудитории"?
- 187 Какой процент от общего объема продаж обычно составляют суперключевые клиенты?
- 188 Кто генерирует основной денежный поток компании, согласно тексту?
- 189 Какой признак характерен для неключевых клиентов?
- 190 Какая ситуация часто встречается в компаниях без сегментации клиентов?
- 191 Что такое ABC-анализ в контексте клиентского портфеля?
- 192 Кто должен разработать "дорожную карту" по работе с клиентами?
- 193 Что такое LTV (Lifetime Value)?





- 194) Что подразумевается под оцифровкой клиентского портфеля?
- 195) Что является "абсолютным вердиктом" анализа, приведенного в тексте?
- 196) Какие из перечисленных факторов учитываются при разработке маркетинговой стратегии?
- 197) Что входит в продуктовую стратегию?
- 198) Что является основной целью маркетинговой стратегии?
- 199) Аспект маркетинговой стратегии, который сосредоточен на выходе на рынок, преодолении проблем на существующих и новых рынках, а также на росте и развитии, - это ...
- 200) Что представляет собой "голубой океан" в контексте маркетинговой стратегии?
- 201) Какие элементы должны быть определены в таблице для формирования маркетинговых целей?
- 202) Что означает "конверсия из посетителей в нового клиента"?
- 203) Что такое SMART-задачи?
- 204) Как увеличить конверсию из трафика в нового клиента?
- 205) Как можно увеличить трафик в существующих торговых точках?
- 206) Упорядочите этапы декомпозиции задачи "Увеличить прибыль с активного клиента":
- 207) Кто такие прямые конкуренты?
- 208) Кто такие косвенные конкуренты?
- 209) Какой анализ помогает определить наиболее прибыльные товары?
- 210) Инструмент, используемый для оптимизации маркетинговых коммуникаций и улучшения потребительского опыта путем работы с путешествием клиентов в торговом зале (как онлайн, так и офлайн), - это ...
- 211) Как негативный потребительский опыт может повлиять на бизнес?





- 212 Сопоставьте показатели с описанием:
- 213 На что указывают KPI?
- 214 Сопоставьте понятия с их определениями:
- 215 Что такое ROMI?
- 216 Допустим, стартап разработал инновационный продукт для очистки воды, аналогов которому на рынке нет. Какая стратегия, основанная на идеях из текста, будет наиболее эффективной для выхода на рынок?
- 217 Представьте такую ситуацию: компания производит экологически чистые продукты питания. Основатели верят в здоровый образ жизни и заботу об окружающей среде. Какая миссия наиболее точно передаёт эти ценности?
- 218 Допустим, сеть магазинов "Продукты у дома" работает в эконом-сегменте. Что, согласно тексту, является основной стратегией получения прибыли в этом сегменте?
- 219 Предположим, сеть ресторанов быстрого питания "Burger House" хочет привлечь клиентов из разных сегментов. Какая стратегия, основанная на примере McDonald's из текста, будет наиболее эффективной?
- 220 Рассмотрим компанию "Хлебный дом", который печет хлеб. Что, согласно тексту, является продуктовым портфелем компании?
- 221 Рассмотрим компанию "Food Market", которая продает продукты питания. Что, согласно тексту, является примером базового продукта в продуктовом магазине?
- 222 Рассмотрим компанию Онлайн-магазин "Tech Gadgets", которая продает электронику. Какую группу клиентов им необходимо активно вовлекать в программы лояльности и маркетинговые кампании?
- 223 Допустим, компания "Stylish Shoes", продающая дизайнерскую обувь, анализирует свою клиентскую базу. Кто из следующих покупателей относится к категории "суперключевые клиенты" для "Stylish Shoes"?
- 224 Рассмотрим компанию, производящую детское питание. Компания хочет выйти на новый рынок. Какой вид маркетинговой стратегии будет наиболее релевантным на первом этапе?





225

Рассмотрим сеть фитнес-клубов, которая поставила перед собой цель увеличить количество активных клиентов. Какой набор инструментов будет наиболее эффективным для достижения этой цели?

