



## Проектирование и выведение на рынок новых брендов.фдир\_МАГ(1/2)

- 1 Укажите, какие существуют подходы к созданию потребительской ценности товара или услуги:
- 2 Укажите, кто развивал подход к созданию потребительской ценности товара или услуги, согласно которому центральная роль отводится компании, создающей потребительскую ценность для потребителя без его участия:
- 3 Укажите, кто развивал подход к созданию потребительской ценности товара или услуги, согласно которому предполагается совместное создание ценности, в котором участвует и компания, и потребитель:
- 4 Укажите, кто развивал подход к созданию потребительской ценности товара или услуги, который акцентирует внимание на роли потребителя как создателя ценности, а роль компании рассматривается с точки зрения того, как она может обеспечивать данный процесс:
- 5 Укажите, какого блока не хватает на схеме, приведённой ниже:
- 6 Укажите, какие факторы формируют ценность продукта:
- 7 Укажите, какому фактору, формирующему ценность продукта, соответствует следующая характеристика: «Совокупность хранящейся в памяти индивида информации, имеющей отношение к покупке, потреблению товара/услуге и избавлению от них».
- 8 Укажите, какому фактору, формирующему ценность продукта, соответствует следующая характеристика: «Процесс выбора продукта и интерпретации ощущений (реакций органов чувств на внешние раздражители: цвет, свет, звук, запах и т.д.)».
- 9 Укажите, какому фактору, формирующему ценность продукта, соответствует следующая характеристика: «Сильные, относительно неконтролируемые чувства, воздействующие на поведение потребителя».
- 10 Укажите, какому фактору, формирующему ценность продукта, соответствует следующая характеристика: «Уникальная психологическая структура индивида, которая влияет на то, как человек реагирует на окружающую макро- и микросреду».





- 11) Укажите, какому фактору, формирующему ценность продукта, соответствует следующая характеристика: «Движущая сила, активирующая поведение потребителей и обуславливающая цель и вектор поведения, действий».
- 12) Укажите, какому фактору, формирующему ценность продукта, соответствует следующая характеристика: «Устойчивые представления человека о жизни и приемлемом поведении в обществе, определённой социальной группе».
- 13) Укажите, какому фактору, формирующему ценность продукта, соответствует следующая характеристика: «Образ жизни, повседневная деятельность человека, его мнения, интересы, на основании которых он даёт толкование происходящим вокруг него событиям, в том числе маркетинговым воздействиям».
- 14) Укажите, какому фактору, формирующему ценность продукта, соответствует следующая характеристика: «То, как мы думаем, чувствуем и действуем в отношении объектов окружающей макро- и микросреды».
- 15) Укажите, каким факторам, формирующим ценность продукта, соответствует следующая характеристика: «Набор ценностей, идей, предметов человеческого труда и др., помогающих людям общаться, интерпретировать и оценивать ситуации и друг друга как членов общества, определённой социальной группы».
- 16) Укажите, каким факторам, формирующим ценность продукта, соответствует следующая характеристика: «Рождаемость, смертность, средняя продолжительность жизни, интенсивность миграционных процессов».
- 17) Укажите, каким факторам, формирующим ценность продукта, соответствуют следующие характеристики: «Политический и правовой климат в обществе, тенденции его изменения».
- 18) Укажите, каким факторам, формирующим ценность продукта, соответствуют следующие характеристики: «Уровень НТП в стране, способность общества генерировать и применять на практике новые знания и технологии».
- 19) Укажите, каким факторам, формирующим ценность продукта, соответствуют следующие характеристики: «Вид деятельности, профессиональная квалификация, личные достижения, круг общения, связи».
- 20) Укажите, каким факторам, формирующим ценность продукта, соответствуют следующие характеристики: «Структура домохозяйства, стадия жизненного цикла семьи».





- 21) Укажите, что представляет собой модель Кано:
- 22) Укажите, какая точка зрения на качество продукта бытовала в первой половине XX в.
- 23) Укажите имя американского консультанта по менеджменту, предложившего понятие «субъективного качества»:
- 24) Укажите, какое предложение было внесено Кано:
- 25) Укажите, в зависимость от каких факторов Кано ставит характеристики продукта:
- 26) Укажите, наличие каких характеристик продукта вызывает разочарование пользователя при их отсутствии, но не вызывает позитивной при их наличии:
- 27) Укажите, какие характеристики продукта прямо пропорционально влияют на удовлетворённость пользователя:
- 28) Укажите, каким образом, согласно Кано, мотивирующие характеристики влияют на пользовательский опыт:
- 29) Укажите, какая характеристика продукта, согласно Кано, относится к нейтральным:
- 30) Укажите, какая характеристика продукта, согласно Кано, относится к нежелательным:
- 31) Укажите, что необходимо сделать, чтобы определить, к какому типу характеристик по Кано относится тот или иной атрибут продукта:
- 32) Укажите, какие дополнительные факторы полезно учитывать для анализа по примеру Кано:
- 33) Укажите, для чего необходимо выявлять дополнительные факторы характеристик продукта по Кано:
- 34) Укажите, какое слово пропущено в следующем утверждении: «Метод Кано помогает сделать нужные акценты при ... продукта».
- 35) Укажите, какое слово пропущено в следующем утверждении: «Метод Кано представляет собой метод оценки ... реакции потребителей на отдельные характеристики продукта».
- 36) Укажите, какое слово пропущено в следующем утверждении: «Кано делит характеристики продукта на пять типов: обязательные, одномерные, привлекательные, ..., нежелательные».





- 37) Укажите, какое слово пропущено в следующем утверждении:  
«Чтобы определить, к какому типу относятся характеристики, нужно провести .... потребителей по методу Кано».
- 38) Укажите, какого блока не хватает на схеме, приведённой ниже:
- 39) Укажите, какой этап жизненного цикла продукта пропущен на модели, приведённой ниже:
- 40) Укажите, какое слово пропущено в следующем утверждении:  
«Благодаря ... методу проектирования, пользователи вовлечены в дизайн наравне с дизайнерами, проектировщиками, инженерами».

