



Сегментирование рынка

- 1 Концепция маркетинга, которая предполагает, что покупатель выбирает товар в зависимости от его цены и его доступности приобретения, – это ...
- 2 Концепция маркетинг-микс (marketing-mix) наиболее эффективна для ...
- 3 Система, комплекс тактических маркетинговых инструментов, с помощью которых реализуется стратегия маркетинга компании, – это ...
- 4 Интегрированный маркетинг представляет собой ...
- 5 В зависимости от широты охвата рынка выделяют ...
- 6 Сегментация рынка как этап целевого маркетинга характеризуется ...
- 7 Первым этапом целевого маркетинга является ...
- 8 Решения и действия, направленные на создание конкурентоспособного образа товара на рынке, являются характеристикой такого этапа целевого маркетинга, как ...
- 9 Процесс разделения рынка на отдельные части – это ...
- 10 Противоположностью сегментации рынка является ...
- 11 Стратегия «СПВ» используется для ...
- 12 С. Дибб и Л. Симкин предлагают разбить процесс сегментирования на ...
- 13 Ф. Котлер выделяет ... признаков сегментации потребительских рынков
- 14 Признак сегментации, относящийся к группе «географические признаки», – ...
- 15 Цель психографической сегментации – это ...
- 16 Сопоставимость представителей сегмента – это ...





- 17) Степень возможности воздействовать на сегменты при помощи целевой рекламы и коммуникационных программ либо через различные формы розничной торговли – это ...
- 18) Процесс сегментирования рынка включает в себя ...
- 19) Стратегия концентрации ориентирована на ...
- 20) Преимуществом целевого маркетинга, повышающим вероятность рыночного успеха компании, является ...
- 21) Существует ... переменных сегментирования
- 22) Измеримость переменной сегментирования означает, что ...
- 23) Сетка сегментации – это ...
- 24) Если компания выпускает большое число товаров на не связанных между собой рынках и фактически речь идет о концепции диверсификации бизнеса фирмы – это стратегия ...
- 25) В основе социально-демографической сегментации лежит ...
- 26) Сегментация по выгодам требует знания ...
- 27) Сегмент рынка состоит из потребителей, ... побудительных стимулов маркетинга
- 28) Недифференцированный (массовый) маркетинг выбирается предприятием в том случае, если ...
- 29) Практика приспособления товаров и маркетинговых программ к особым вкусам отдельных людей и местного населения – это ...
- 30) Первый уровень сегментирования рынка – это ...
- 31) «Маркетингом под заказ» называют ...
- 32) Способ, в соответствии с которым потребители идентифицируют тот или иной товар по его важнейшим характеристикам, – это ...
- 33) Процесс позиционирования включает в себя ...
- 34) Ситуация, складывающаяся на рынке по причине того, что некоторые покупатели имеют смутное представление о торговой марке, – это ...





- 35) Ситуация, когда складывается нечеткое представление о марке, – это ...
- 36) Изменение философии бизнеса и бизнес-процессов компании – это стратегия ...
- 37) Массовый маркетинг – это ...
- 38) Психографический критерий сегментирования потребительского рынка: ...
- 39) Выбор целевых сегментов – это ...
- 40) Позиционирование – это ...
- 41) Фрагментация рынков – это ...
- 42) Стратегию «бросающего вызов» используют ...
- 43) Каждый сегмент, имеющий достаточный размер (емкость) для того, чтобы потенциальная ориентация на него была экономически оправдана, характеризуется таким критерием, как ...
- 44) Выбор сегмента по демографическому принципу предполагает использование признака «...»
- 45) Такой этап в процессе сегментирования рынка, как «...», является ненужным
- 46) Поведенческий критерий сегментирования потребительского рынка – это ...

