



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 ...

