



Современные технологии обслуживания клиентов банка.mosar_СПО(2/2)

- 1) Какое место занимают банки по обращению к маркетингу в сфере услуг?
- 2) При организации маркетинговой деятельности для банковского продукта необходимо учитывать следующие специфические характеристики:
- 3) На этапе продвижения и сбыта банковской продукции (услуг) используются методы рекламы и стимулирования:
- 4) К базовому (первому) уровню банковского продукта относят:
- 5) К текущей номенклатуре услуг банковского продукта относят:
- 6) Пассивный маркетинг включает в себя:
- 7) «Ревизия имиджа» банка — это:
- 8) Маркетинговая деятельность имеет ступенчатый характер. 1-я СТУПЕНЬ включает такие категории как:
- 9) Маркетинговая деятельность имеет ступенчатый характер. 2-я СТУПЕНЬ включает такие категории как:
- 10) Предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю или пользователю. Это социальный процесс, с помощью которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги посредством их разработки, продвижения и реализации. называется_____
- 11) Область системы маркетинговых коммуникаций, занимающаяся разработкой фирменного стиля, его элементов, формирование уникального имиджа фирмы, отличающего ее от конкурентов. _____
- 12) Определенный период (цикл) времени, отражающий основные этапы развития товара с момента его разработки до вывода с рынка; от него непосредственно зависит уровень прибыли продавца (производителя) на каждом из этапов (стадий) цикла _____





- 13) Образ товара, сходство, отражение, представление о чем-либо. Социально-психологическое явление, тесно связанное с экономикой товарного рынка. И. товара ассоциируется с репутацией товара, товарной марки, предприятия и страны изготовителя. _____
- 14) Средства распространения рекламы, вся совокупность средств аудио-, теле - и визуальной коммуникации _____.
- 15) Средство паблик рилейшнз, бюллетень, предназначенный для газет, журналов, радио и телередакций, из которых они могут получить интересующую их информацию _____
- 16) Любая платная форма неличного предложения и представления идей, товаров и услуг от имени известного спонсора, Форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг на язык нужд и потребностей покупателей. _____
- 17) Разделение, разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или комплексы маркетинга. _____
- 18) Вид маркетинга, осуществление которого основано на использовании средств телекоммуникаций и сети Internet, позволяющим потенциальным потребителям осуществлять ускоренный поиск и покупку товаров и услуг на реальных и виртуальных рынках называется _____
- 19) Поступающие на рынок потребительские стоимости, которые преимущественно не приобретают овеществленные формы, вид деятельности или благ, который одна сторона может предложить другой. _____
- 20) Установите соответствие рекламного термина содержанию:
- 21) Установите соответствие термина содержанию операции или услуге, оказываемой банком:
- 22) Установите соответствие термина содержанию проводимой операции банком:
- 23) Процесс покупки услуги (продукта) физическим лицом выглядит в следующей последовательности:
- 24) Процесс принятия решения о выборе услуги продукта выглядит в следующей последовательности:
- 25) Подготовка и проведение маркетингового исследования предполагает реализацию следующих этапов общей процедуры в такой последовательности:

