



## Управление каналами продаж и доходами в гостиничном бизнесе.он(фг\_БАК)

- 1 ...- сфера товарного обмена, место (территория), на котором происходит торговля (обмен) товарами и услугами.
- 2 Экономическая ситуация на рынке в определенный момент времени как результат взаимодействия факторов и условий, определяющих состояние спроса и предложения на гостиничные услуги, а также уровень цен на них-это....
- 3 Установите соответствие между терминами и их определениями:
- 4 Верно, что в комплекс маркетинга 9Р не входит ...
- 5 Неверно, что в организационную структуру службы маркетинга и продаж входит...
- 6 Не верно, что в функции службы маркетинга и продаж входит ...
- 7 Верно, что в систему стратегического маркетинга не входит
- 8 Установите соответствие между терминами и их характеристиками:
- 9 Неверно, что сегментация потенциальных клиентов проводится по признакам....
- 10 Неверно, что к макросегментации относится...
- 11 Потенциальный объем реализуемых на нем услуг в течение определенного промежутка времени (за год). Измеряется как в натуральном (количеством потребителей услуг), так и стоимостном выражении (объемом поступлений от продаж в денежном выражении). – это ...
- 12 Неверно, что в один из элементов комплекса маркетинга «Продукт» входит ...
- 13 Решения, которые не могут быть отражены в маркетинговой стратегии на уровне «место продаж» ...
- 14 Решения, которые не могут быть отражены в маркетинговой стратегии на уровне «продвижение»:



- (15) Деление рынка на группы потребителей на основе их информированности о товаре, отношения к товару, реакции на использование, искомых выгод, степени приверженности, статуса пользователя относятся к ...
- (16) К пяти правилам эффективной сегментации не относится ...
- (17) Неверно, что к демографическому признаку сегментации относятся ...
- (18) К выгоде, которую несет составленный портрет гостя(аватар) не относится:
- (19) Разместите в правильной последовательности элементы маркетинг -миска 4 Р
- (20) .....процесс изучения и адаптации наилучших методов других компаний для совершенствования собственных результатов, создание эталона оценки внутренних показателей исполнения на предприятии, способ сбора информации с целью выявления наилучших практик других компаний
- (21) Комплекс взаимосвязанных действий, технология принятия решений, которая позволяет формировать цену на отдельные продукты, а также ценовую политику в глобальном понимании, на основе применения методов прогнозирования спроса на оказываемые услуги -это....
- (22) Ситуация, когда число прибывших клиентов больше, чем продано или забронировано мест, это...
- (23) Установите соответствие между терминами и их определениями:
- (24) Верно, что в уровнях конкурентной борьбы не входит ...
- (25) Неверно, что в шаги для постановки системы управления доходом в отеле входит...
- (26) Не верно, ревеню менеджмент включает в себя процесс ...
- (27) Верно, что в данные для анализа и эффективного применения ревеню менеджмента не входит
- (28) Установите соответствие между терминами и их характеристиками:
- (29) Неверно, что в функционал автоматизированной системы управления отелем входит....



- (30) Неверно, что к аналитике системы управления доходами, относится...
- (31) Способность организации превосходить конкурентов, за счет обеспечения потребителей теми выгодами (преимуществами), которыми их не могут обеспечить конкуренты – это ...
- (32) Неверно, что в конкурентный анализ входит ...
- (33) Процесс соперничества субъектов за лучшие условия производства, купли и продажи товаров и услуг, заинтересованных в достижении одной и той же цели это- .....
- (34) Верно, что к внешним конкурентным преимуществам не относится:
- (35) Верно, что к внутренним конкурентным преимуществам не относится ...
- (36) Неверно, что к неценовой конкуренции относится ...
- (37) Какое количество конкурентов предпочтительно включать в конкурентную группу для анализа:
- (38) Разместите в правильной последовательности шаги для постановки системы управления доходами в отеле  
..... совокупность долговременных согласованных положений, определяющих формирование рыночной цены на продукт в интересах обеспечения сбыта
- (40) Процесс постоянной корректировки цен на основе значений спроса на оставшиеся доступные мощности. -это....
- (41) Верно, что в факторы, влияющие на установку цены не входит ...
- (42) Установите соответствие между терминами и их определениями
- (43) Неверно, что в факторы динамического ценообразования входит...
- (44) Не верно, что в задачи ценообразования входит ...
- (45) Установите соответствие между обозначениями и их характеристиками:
- (46) Неверно, что в этапы разработки ценовой политики для выходящего на рынок отеля входит ....



- (47) Неверно, что открытые тарифы для индивидуального уровня сегментации клиентов расположены ...
- (48) Максимальная цена, по которой гость готов приобрести услугу – это .....
- (49) Неверно, что в ценовые стратегии входит ...
- (50) Верно, что компания устанавливает на начальном этапе низкую начальную цену, проникая на рынок быстро и глубоко, привлекая многих покупателей и завоевывая большую рыночную долю при.....
- (51) Неверно, что для данного сегмента/канала разрабатывают конфиденциальный тариф
- (52) Верно, что временной период, за который отель начинает получать бронирования на ту или иную дату называется ....
- (53) Разместите в правильной последовательности шаги для определения стоимости номера для отеля, выходящего на рынок