



## Управление маркетингом.э

- 1 Регулирующая функция рынка – это ...
- 2 Субъект управления – это ...
- 3 Технология управления маркетингом – это ...
- 4 В основе управления маркетингом лежит ... подход
- 5 Неверно, что исходным пунктом для маркетинга как науки является ...
- 6 Требование и запросы потребителей можно определить как – это ...
- 7 Двуетный и взаимодополняющий подход подразумевает ...
- 8 Неверно, что в процесс управления маркетингом входит решение задач ...
- 9 К концепции совершенствования производства можно отнести мероприятия ...
- 10 Организационная структура управления маркетингом представляет собой ...
- 11 Три уровня осуществления управленческой деятельности в маркетинговом отделе (сверху вниз): ...
- 12 Маркетинг ставит производство в функциональную зависимость от объемов и структуры спроса на ... уровне
- 13 Оперативное планирование маркетинга предполагает определение ...
- 14 Маркетинговая служба на фирме может быть организована по ... принципу
- 15 Целью стратегического маркетинга является ...
- 16 Задачами операционного маркетинга являются ...
- 17 При анализе положения фирмы в экономическом пространстве и на этапе определения стадии жизненного цикла компании следует располагать информацией об уровне объема продаж ...





- 18) Неверно, что к этапам оценки конкурентного положения фирмы на рынке относится ...
- 19) Неверно, что к рискам, связанным с управлением отдельной компанией, относится ... риск
- 20) Неверно, что управление маркетингом на функциональном уровне включает ...
- 21) Позиционирование – это ...
- 22) На оперативном уровне маркетинг ...
- 23) Комплексный маркетинг – это ...
- 24) К стратегиям позиционирования относятся упрочнение текущего положения, нахождение свободной позиции и ...
- 25) Понятие marketing management означает «...»
- 26) Стадия, Жизненного Цикла Товара на которой появляются новаторы, – это стадия ...
- 27) Синонимом понятия «комплекс маркетинга» является ...
- 28) Такие методы стимулирования сбыта, как «соревнование», «мотивация за выполнение», «предоставление товара», относятся к виду ...
- 29) Доля рынка компании – это соотношение «...»
- 30) Сегментирование – это ...
- 31) Один из этапов разработки и внедрения комплекса коммуникаций в компании (обозначен знаком «?» в схеме) – это ...
- 32) Коммуникации – это взаимоотношения покупателя и компании, результатом которых является, с одной стороны, продвижение товара на рынок, увеличение объемов ... для каждой, и с другой стороны, – получение информации о товарах и о самой компании для потребителей
- 33) Выбирая метод ценообразования, необходимо учитывать, что слишком низкий уровень цены не позволит покрыть издержки, а слишком высокий ... спрос на данный товар
- 34) Один из факторов, влияющих на ценообразование (обозначен знаком «?» в схеме), – это ...





- 35) К факторам, влияющим на ценообразование, относится мнение покупателей о свойствах товара, ...и издержки
- 36) Проводя оценку конкурентного положения фирмы на рынке, выделяют четыре последовательных этапа, такие как выбор целевого рынка, выявление потенциальных конкурентов, ... и анализ выгод от конкурентной борьбы
- 37) В числе рисков, связанных с управлением отдельной компанией, выделяют предпринимательский, ... и финансовый риски
- 38) Рассмотрение ситуации управленческого риска необходимо для решения проблем управления по отношению к ...
- 39) Управление маркетингом на функциональном уровне включает сегментацию рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и ..., а также разработку комплекса маркетинга
- 40) К функциям управления относятся: планирование маркетинга, организация маркетинговых стратегий и маркетинговых задач, ... регулирование позиции фирмы на рынке
- 41) Требование и запросы потребителей можно определить как потребность в каких-то определенных продуктах, ...
- 42) К концепции совершенствования производства можно отнести совершенствование ...
- 43) К концепции интенсификации коммерческих усилий можно отнести продвижение на рынок товаров ... спроса
- 44) Три уровня осуществления управленческой деятельности в маркетинговом отделе (сверху вниз): ...
- 45) Процесс управления торговой деятельностью подразделяется на ряд управленческих решений, к которым относятся дизайн, определение целевого рынка и ...

