



Управление продажами.э

- 1 Торговая деятельность – это ...
- 2 Конъюнктура рынка – это ...
- 3 Ряд «Product – Price – Place – Promotion – ...» продолжает слово «...»
- 4 Спрос на формирование ассортимента ...
- 5 «Производитель – дистрибьютор – розничная сеть – конечный индивидуальный потребитель» – это ... канал распределения
- 6 Торговая скидка – это ...
- 7 Конечному потребителю одежда продается ...
- 8 Сегментирование – это ...
- 9 Стандартизация качества товаров и услуг проводится ...
- 10 Товары подразделяются на ...
- 11 Классы товаров выделяют ...
- 12 Стратегия продаж на зрелом рынке предписывает компании ...
- 13 В случае выявления неприбыльных клиентов компания должна ...
- 14 Наиболее важным критерием при отборе и найме продавца ...
- 15 При проектировании структуры отдела продаж в первую очередь необходимо обращать внимание на ...
- 16 Customer Relationship Management (CRM) – это ...
- 17 Деловая среда менеджмента продаж оценивается ...
- 18 Служба маркетинга компании при продажах товарной продукции выполняет функцию ...





- 19) Сущность менеджмента продаж раскрывается ...
- 20) К интеллектуальным качествам современного менеджера относят ...
- 21) В цикл продаж товарной продукции входит этап ...
- 22) Оценочный подход как этап цикла продаж направлен на определение ... потребности клиента
- 23) Презентация как этап цикла продаж предполагает демонстрацию ...
- 24) Покупатель – это тот, кто ...
- 25) В процессе принятия решения о покупке, после фазы «сбор информации» следуют фаза «...»
- 26) В приведенной цепочке этапов совершения покупки «неосведомленность – осведомленность – понимание – ... – покупка» не хватает этапа «...»
- 27) Потребности человека, связанные с объектами, которые он употребляет или использует, называются ...
- 28) Результат деятельности, представленный в материально-вещественной форме и предназначенный для дальнейшего использования в хозяйственных или иных целях, – это ...
- 29) Рыночная цена – это ...
- 30) Управление имиджем компании, индивида или группы лиц – это ...
- 31) Любая оплачиваемая конкретным заказчиком форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг – это ...
- 32) Связи, образуемые организацией с контактными аудиториями (потребителями, поставщиками, партнерами и т.п.) посредством различных средств воздействия, к каковым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, личные продажи, – это ...
- 33) Специализация торговой сети – это ...
- 34) Для дополнения словесной информации, когда требуется количественная характеристика сведений о товаре, применяется ... форма информации





- 35) Основной объем розничной торговли осуществляется ...
- 36) Три основные формы специализации сбытовых организаций: ...
- 37) В первую очередь интересуются потребностями человека, его жизни и материального мира ...
- 38) Социотип, отличающийся как внутренним, так и внешним беспокойством, – это ...
- 39) К социотипам, беспокойным внешне, но спокойным внутри, относятся ...
- 40) По направлению использования товара потребители бывают ...
- 41) По отношению к цене потребители делятся на ...
- 42) Как следует из теории ..., люди по большей части не осознают психических сил, которые руководят поведением индивида, а значит, они не в состоянии до конца понять мотивы своих действий
- 43) Организованное движение потребителей за расширение и защиту своих прав, а также усиление воздействия потребителя на производителей и торговцев – это ...
- 44) По признаку коммуникабельности потребители бывают ...
- 45) Человеческие потребности и эмоции относятся ...

