

# Тест по маркетингу

1. Потребность- это?

---

2. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

---

3. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга- это?

---

4. В маркетинге товар понимается как?

---

5. Разновидности одного и того же товара являются?

---

6. Любая фирма может воздействовать на рынок?

---

7. Основной комплекса маркетинга является?

---

8. Комплекс маркетинга-микс включает в себя?

---

9. Функциональная схема организации служб маркетинга на предприятии формируется по?

---

10. Маркетинговая среда предприятия является?

---

11. Понятие макросреды отражает?

---

12. Микросреда фирмы- это?

---

**13. Макросреда фирма- это?**

---

**14. К микросреде предприятия не относиться?**

---

**15. Контактные аудитории- это?**

---

**16. «Философия маркетинга» утверждает, что цели организации могут быть достигнуты в сфере?**

---

**17. Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам)- это основание для реализации маркетинговой концепции?**

---

**18. Ориентация фирмы на извлечение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж производимого товара (услуги) характерна для?**

---

**19. Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары (услуги) только наивысшего качества, соответствует маркетинговой концепции?**

---

**20. Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет?**

---

**21. Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности- увеличение продаж за счет?**

---

**22. Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам, широко распространенным и доступным по цене?**

---

**23. Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам высшего качества, независимо от цены?**

**24. Какая концепция утверждает, что желаемого объема продаж нельзя достичь, если отсутствует агрессивная реклама?**

---

**25. Какая концепция утверждает, что цели организации могут быть достигнуты при помощи удовлетворения потребностей более эффективным, чем у конкурентов, способом?**

---

**26. По характеру исследования цели могут быть?**

**27. По значению исследования цели могут быть?**

---

**28. По источникам информации исследования могут быть?**

---

**29. Закрытые вопросы включают в себя?**

---

**30. К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?**

---

**31. Совокупность сведений об объекте, перемещающихся в устойчивом направлении, представляет собой?**

---

**32. Целью функционирования маркетинговой информационной системы является?**

---

**33. Основные процессы, которые необходимо организовать для функционирования маркетинговой информационной системы?**

---

**34. Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы?**

---

**35. Маркетинговая информация в зависимости от стадии переработки может быть?**

---

**36. Система анализа маркетинговой информации включает в себя?**

---

**37. Банк моделей необходим для?**

---

**38. Продуктом функционирования маркетинговой информационной системы является?**

---

**39. Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать?**

---

**40. Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения?**

---

**41. В случаях, когда необходимо обеспечить стабильность условий проведения исследования,**

---

**42. В чем заключается отличие панельного опроса от других видов опроса?**

---

**43. Вопросы, именуемые «детектор», используется для**

---

**44. Открытые вопросы используются в тех случаях, когда?**

---

**45. Открытые вопросы анкеты не включают в себя?**

---

**46. Способ связи с аудиторией, который характеризуется возможностью быстро получить информацию с небольшими затратами, это?**

---

**47. Сложность вопросов может быть препятствием для использования такого вида связи с аудиторией, как?**

---

**48. Что такое сегментирование рынка?**

---

**49. Позиционирование товара –это?**

---

**50. Критерии оценки сегментов необходимы для?**

---

**51. Рынок товаров потребительского назначения состоит из?**

---

**52. Товары повседневного спроса характеризуются?**

---

**53. Задачей товарной политики является?**

---

**54. Первая стадия в процессе создания нового продукта- это?**

---

**55. Понятие « уровни товара» отражает?**

---

**56. Изменение ассортимента товара путем вариации товара означает?**

---

**57. Создание модификации товара на основе повышения его качества целесообразно?**

---

**58. Товарная марка предназначена для того, чтобы?**

---

**59. Качество товара- это?**

---

**60. Спрос можно считать эластичным, если?**

---

**61. Каким образом изменится объем спроса, если известно, что коэффициент эластичности равен 1, а цена увеличится на 10%?**

---

**62. Точка безубыточности- это?**

---

**63. Чем отличается стратегия ценообразования, направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи?**

---

**64. Ценовая эластичность на «нормальный» товар при цене 48 руб составляет- 0,8. Если в начальный период времени объем продаж составляет 1000 ед, то насколько единиц изменится объем продаж при повышении цены на 4 рубля?**

---

**65. При каком состоянии спроса производитель может не использовать рекламу?**

---

**66. Реклама- это?**

---

**67. В качестве недостатка прямого канала распространения рекламы можно указать?**

---

**68. Физическое распределение товара означает?**

---

**69. Интенсивное распределение товара осуществляется?**

---

**70. Канал распределения – это?**

---

**71. При использовании прямого канала распределения продажа товара осуществляется?**

---

**72. Широта канала распределения означает?**

---

**73. Принципиальное отличие оптовой торговли от розничной заключается в следующем?**