

Тестовые задания для аттестации инженерно-педагогических работников ГБОУ НиСПО

по учебной дисциплине «Маркетинг»

Выбрать правильный ответ.

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

- а) стратегии современного маркетинга;
- б) интенсификации коммерческих усилий;
- в) стратегии совершенствования производства;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

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

- а) совершенствования производства;
- б) современного маркетинга;
- в) совершенствования товара;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

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

- а) поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги);
- б) максимального снижения издержек производства;
- в) наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее выгодным для предприятия образом;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

4. Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности – увеличение продаж за счет:

- а) использования интенсивных технологий производства;
- б) стимулирования сбыта;
- в) удовлетворения потребностей потребителей;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

5. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается:

- а) большое количество потребителей;
- б) превышение предложения над спросом;
- в) превышение спроса над предложением;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

6. Идея социально-этического маркетинга выражается:

- а) созданием высококачественных товаров с особыми характеристиками;
- б) учетом долговременных интересов общества;
- в) производством товаров с минимальными общественно-необходимыми издержками;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

7. Рынок, соответствующий положению, когда предложение превышает спрос, - это:

- а) рынок покупателя;
- б) рынок продавца;
- в) положение рыночного равновесия;
- г) точка кризисной ситуации;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

8. Комплекс маркетинга-микс включает в себя:

- а) управление предприятием;
- б) совокупность инструментов (товар, цена, сбыт, продвижение);
- в) выбор условий реализации товара;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

9. Какое из указанных действий не входит в маркетинговую деятельность?

- а) маркетинговые исследования;
- б) формирование рекламного бюджета;
- в) выбор технологии производства;
- г) все входит;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

10. Сегментацией рынка является:

- а) метод оценки потенциала фирмы с точки зрения рынка;
- б) разбивка покупателей или рынка на совокупности лиц со схожими потребностями в отношении товара или услуги, достаточными ресурсами готовностью и возможностью покупать;
- в) выделение товарных групп, пользующихся наиболее высоким способом на рынке.

Выбрать правильный ответ.

11. Наиболее важными критериями для сегментации рынков потребительских товаров являются:

- а) уровень платежеспособного спроса;
- б) географические, демографические, психо-графические и поведенческие критерии;
- в) сложившиеся традиции в потреблении.

Выбрать правильный ответ.

12. Наиболее важными критериями для сегментации рынка товаров промышленного назначения являются:

- а) географический критерий, личность руководителя;
- б) величина фирмы-покупателя, уровень развития технологии производства, платежеспособность, деловая репутация, личностные характеристики руководителя;
- в) требования к качеству и техническому уровню выпускаемой продукции.

Выбрать правильный ответ.

13. Массовый маркетинг представляет собой:

- а) сбыт товаров массовому потребителю;
- б) массовое производство и сбыт товаров;
- в) массовое производство, массовое распределение и массовое стимулирование сбыта одного и того же товара для всех покупателей сразу.

Выбрать правильный ответ.

14. Целевым маркетингом называют:

- а) проведение разграничения между сегментами рынка и разработка для каждого из них комплекса маркетинга;
- б) выбор одного из нескольких сегментов, производство для него соответствующей продукции и разработка комплекса маркетинга в расчете именно на этот сегмент;
- в) договоренность между продавцами о разделе рынка на отдельные сегменты.

Выбрать правильный ответ.

15. Что такое сегментирование рынка?

- а) деление потребителей на однородные группы;
- б) деление конкурентов на однородные группы;
- в) деление товара на однородные группы;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

16. Позиционирование товара – это:

- а) определение основных потребительских свойств товара и их сравнение с аналогичными свойствами товара-конкурента для уточнения места товара на рынке;
- б) анализ всего комплекса рыночной политики предприятия в отношении товара;
- в) определение потенциальных потребителей товара;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

17. С чем связано понятие " рыночная ниша"?

- а) с сегментом, который, согласно анализу, обеспечивает наибольшие выгоды;
- б) с целевым рынком, на который ориентируется фирма;
- в) с сегментом, для которого предлагаемая услуга (товар), опыт фирмы и ее маркетинговые возможности подходят лучше всего;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

18. Спрос на товар (услугу) как категория маркетинга – это:

- а) нужда в конкретном виде продукции;
- б) потребность в товаре (услуге);
- в) потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

19. Демаркетинг целесообразно реализовывать при:

- а) отсутствие спроса;
- б) чрезмерном состоянии спроса;
- в) негативном состоянии спроса;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

20. Потребность – это:

- а) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд;
- б) нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму;
- в) товар, который способен удовлетворить нужду потребителя;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

21. Для взаимоувязки колебаний спроса и предложения целесообразно использовать:

- а) демаркетинг;
- б) синхромаркетинг;
- в) ремаркетинг;
- г) рекламу;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

22. В ситуации чрезмерного спроса применяют:

- а) противодействующий маркетинг;
- б) демаркетинг;
- в) ремаркетинг

Выбрать правильный ответ.

23. Какой вид спроса присутствует на товары: мороженое, квас.

- а) полноценный спрос;
- б) нерегулярный спрос;
- в) нерациональный спрос;
- г) чрезмерный спрос.

Выбрать правильный ответ.

24. Какой маркетинг оценивает величину потенциального спроса и создает соответствующие спросу товары?

- а) ремаркетинг;
- б) синхромаркетинг;
- в) развивающий маркетинг;
- г) антимаркетинг

Выбрать правильный ответ.

25. Эта организационная структура службы маркетинга эффективна, если деятельность фирмы постоянна и однообразна.

- а) функциональная;
- б) товарная;
- в) рыночная;
- г) сегментная.

Выбрать правильный ответ.

26. Эта организационная структура службы маркетинга эффективна, если фирма имеет широкую номенклатуру товаров и реализует их на большом количестве однородных рынков.

- а) функциональная;
- б) товарная;
- в) рыночная;
- г) сегментная.

Выбрать правильный ответ.

27. Человек обычно удовлетворяет свои потребности в следующей последовательности:

- а) самоуважение в обществе – карьерные устремления – физиологические потребности;
- б) стремление к духовной близости и любви – повышение материального благополучия – потребность в самосохранении;
- в) физиологические потребности – потребность в самосохранении – самоутверждении в обществе.

Выбрать правильный ответ.

28. Наиболее сильно на поведение покупателя на рынке престижных потребительских товаров влияют:

- а) семейные отношения;
- б) референтные группы;
- в) принадлежность к определенной общественной группе.

Выбрать правильный ответ.

29. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

- а) компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации;
- б) покупателей, приобретающих товары для личного пользования;
- в) людей, приобретающих товар для продажи;
- г) форм-производителей товаров потребительского назначения;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

30. Организации и отдельные лица, обеспечивающие фирму и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров и услуг, являются:

- а) маркетинговыми посредниками;
- б) поставщиками;
- в) клиентурой.

Выбрать правильный ответ.

31. Минимальная конкуренция для выхода на рынок новой фирмы возможна в условиях:

- а) олигополии;
- б) монополистической конкуренции;
- в) совершенной конкуренции.

Выбрать правильный ответ.

32. Ценой потребления является:

- а) цена рынка, по которой покупатель готов приобрести товар;
- б) цена рынка плюс эксплуатационные расходы в период использования;
- в) цена рынка плюс стоимость доставки товара внедряются.

Выбрать правильный ответ.

33. Конкурентоспособность – это:

- а) самый высокий в регионе уровень качества;
- б) способность товара или услуги продавать себя;
- в) способность товара или услуги продавать себя в сравнении с аналогичными товарами и услугами в регионе, определяемая в конкретный период времени;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

34. Определите какой вид конкуренции существует между продавцами зимних пальто и натуральных шуб:

- а) функциональная;
- б) видовая;
- в) предметная;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

35. Определите какой вид конкуренции существует между продавцами микстуры от кашля и таблеток от кашля:

- а) функциональная;
- б) видовая;
- в) предметная;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

36. Определите какой вид конкуренции существует между тушью для ресниц фирмы «Калина» и «Свобода»

- а) функциональная;
- б) видовая;
- в) предметная;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

37. Товары повседневного спроса характеризуются:

- а) распространением через сеть специальных магазинов;
- б) приобретением на большую сумму денег;
- в) отсутствием необходимости в дополнительных консультациях с продавцом;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

38. Задачей товарной политики является:

- а) управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью;
- б) поиск потребителей, желающих приобрести товар;
- в) производить как можно больше товаров;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

39. Первая стадия в процессе создания нового продукта – это:

- а) управленческий анализ;
- б) консультирование товара;
- в) создание идеи;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

40. Понятие "уровни товара" отражает:

- а) наличие нескольких упаковок для товара;
- б) позиции, с которых рассматриваются характеристики товара;
- в) сорт товара, его качество;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

41. Создание новых товаров целесообразно осуществлять следующим образом:

- а) собственными усилиями;
- б) приобретать патенты;
- в) все зависит от целей и ресурсов фирмы;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

42. Товарная марка предназначена для того, чтобы:

- а) компенсировать недостающее товару качество;
- б) обосновать перед потребителем более высокую цену на товар;
- в) дифференцировать товар на рынке среди себе подобных;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

43. В чем заключается отличие ассортимента от номенклатуры:

- а) номенклатура входит в состав ассортимента;
- б) ассортимент более узкое понятие, входит в состав номенклатуры;
- в) ассортимент и номенклатура не используются одновременно для характеристики одного и того же множества товаров;
- г) все ответы верны;

д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

44. Какой этап жизненного цикла товара обычно характеризуется максимально низкой ценой:

- а) выведение на рынок;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) упадок;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

45. Осуществление сервиса связано:

- а) с подкреплением товара;
- б) с высокой ценой товара;
- в) со стимулированием сбыта;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

46. Сервис необходим для товаров:

- а) только инвестиционного назначения;
- б) потребительского назначения;
- в) любых технически сложных товаров;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

47. Товар как категория маркетинга представляет собой:

- а) продукт или услугу, предлагаемую для приобретения и потребления;
- б) все, что используется для удовлетворения потребностей;
- в) продукт или услугу, предлагаемую для потребления;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

48. Первыми этапами создания новых товаров являются:

- а) разработка, рассмотрение, отбор и коммерческий анализ идей;
- б) создание образца;
- в) пробное производство товаров.

Выбрать правильный ответ.

49. Этап выведения товара на рынок обычно характеризуется:

- а) получением значительной прибыли;
- б) покрытием своих затрат;
- в) необходимостью нести определенные убытки.

Выбрать правильный ответ.

50. Средства, вложенные в разработку товара, могут окупаться на этапе:

- а) выведения на рынок;
- б) зрелости;
- в) роста.

Выбрать правильный ответ.

51. Конкуренты, как правило, появляются, когда товар лидирующей фирмы находится на этапе:

- а) роста;

- б) зрелости;
- в) упадка.

Выбрать правильный ответ.

52. Цель маркетинга на этапе роста:

- а) поддержание отличительных имуществ;
- б) привлечение к товару новаторов и лиц, формирующих общественное мнение;
- в) расширение сбыта имеющихся товаров.

Выбрать правильный ответ.

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

- а) снизится на 10%;
- б) увеличится на 10%;
- в) снизится на 1%;
- г) увеличится на 1%;
- д) не изменится.

Выбрать правильный ответ.

54. Точка безубыточности – это:

- а) цена, при которой предприятие начинает получать прибыль;
- б) объем производства, при котором производитель работает без убытков;
- в) уровень затрат, необходимый для производства продукции;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

55. В чем заключается ценовая дискриминация?

- а) в государственном ценообразовании;
- б) в предоставлении товаров одинакового характера по различным ценам;
- в) использование системы скидок;
- г) в контроле большой доли рынка производителем;
- д) в необходимости соответствовать ценам конкурентов.

Выбрать правильный ответ.

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

- а) длительностью действия;
- б) величиной цены, по которой продается товар;
- в) ничем не отличается;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

57. Канал распределения товаров представляют собой:

- а) путь, по которому движутся товары от производителя к потребителю;
- б) такое перемещение товара от производителя к потребителю;
- в) способы реализации товаров потребителям через различные оптово-посреднические организации и розничную сеть.

Выбрать правильный ответ.

58. Уровень канала распределения определяется:

- а) любым посредником, который выполняет ту или иную работу по приближению товара, передаче права собственности на него, конечному потребителю;
- б) наличием производителя, посредников и потребителей;
- в) количеством занятых в канале посредников.

Выбрать правильный ответ.

59. Оптовая торговля – это:

- а) обобщенный посредник;

- б) деятельность по покупке товаров или услуг с целью их перепродажи или профессионального использования;
- в) форма связи с производителем, но не с конечным потребителем.

Выбрать правильный ответ.

60. Различие между оптовой и розничной торговлей:

- а) оптовик заключает сделки с профессиональными клиентами, а не с конечными потребителями;
- б) объемы оптовых сделок крупнее розничных, а торговая зона больше;
- в) оптовая торговля отличается от розничной разнообразием выполняемых функций, а также различиями в правовом уложении взимания налогов.

Выбрать правильный ответ.

61. Физическое распределение товара означает:

- а) продажу его через посредников;
- б) транспортировку и хранение;
- в) безвозмездную передачу товара клиенту;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

62. Интенсивное распределение товара осуществляется:

- а) поставками в сеть специализированных магазинов;
- б) через большое число торговых точек массового назначения;
- в) путем поставки товара непосредственно потребителю;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

63. Канал распределения – это:

- а) способ распространения рекламы;
- б) совокупность организаций или лиц, способствующих перемещению товара к потребителю;
- в) способ транспортировки товара;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

64. При использовании прямого канала распределения продажа товара осуществляется:

- а) коммивояжерами фирмы;
- б) магазинами розничной торговли, принадлежащими производителю;
- в) с помощью почты;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

65. Широта канала распределения означает:

- а) число посредников на одном уровне канала распределения;
- б) количество реализуемых товарных групп;
- в) число уровней канала распределения;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

66. Какой из видов деятельности относится к оптовой торговле:

- а) приобретение ящика яблок на овощебазе для заготовок на зиму;
- б) проведение переговоров брокером с производителем в целях заключения договора о поставке партии железобетона одной из строительных организаций;
- в) проведение фирмой банкета на 150 персон с полным обслуживанием в кафетерии;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

67. Прямой сбытовой канал выберет, скорее всего, производитель:

- а) модной одежды "haute couture";
- б) одноразовых шприцев;
- в) садово-огороднического инвентаря;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

68. Мелкий оптовый торговец, приобретающий у крупных оптовиков небольшие партии товара, реализуемые затем на мелкооптовых рынках:

- а) трейдер;
- б) джоббер;
- в) брокер;
- г) дилер.

Выбрать правильный ответ.

69. Канал распределения «производитель-посредник – потребитель» скорее всего выберет фирма, выпускающая:

- а) жевательную резинку;
- б) сигареты;
- в) автомобили;
- г) моющие средства.

Выбрать правильный ответ.

70. Продвижение товаров и услуг на рынке представляет собой:

- а) создание запасов изделий и продвижение их от места производства до места назначения;
- б) средство, стимулирующее сбыт товаров в сфере торговли;
- в) любую форму сообщений, с помощью которых фирма информирует и убеждает людей, а также напоминает или о своих товарах, услугах, идеях, общественной деятельности, или о влиянии на общество.

Выбрать правильный ответ.

71. Реклама – это:

- а) текст в газете о товаре;
- б) форма сбыта товара через объявление в средствах массовой информации;
- в) любая оплаченная форма продвижения людей, товаров и услуг определенным рекламодателям.

Выбрать правильный ответ.

72. Фирма желает увеличить объем продаж своих товаров в магазине за счет стимулирования импульсивно принимаемых посетителями решений о покупке. Для этого необходимо:

- а) выдавать товар бесплатно каждому 1000-му покупателю;
- б) выдавать купоны на свои товары;
- в) создать привлекательную витрину магазина.

Выбрать правильный ответ.

73. Если компания производит продукцию, реализуемую по высоким ценам, а ее потребители проживают конкретно в одном районе, какой метод продвижения товаров она будет в основном использовать:

- а) рекламу;
- б) личные продажи;
- в) паблик рилейшинз;
- г) стимулирование сбыта.

Выбрать правильный ответ.

74. При каком состоянии спроса производитель может не использовать рекламу?

- а) при снижающемся спросе;
- б) при негативном спросе;
- в) при отрицательном спросе;
- г) при чрезмерном спросе;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

75. Реклама – это:

- а) неличная коммуникация;
- б) немассовая коммуникация;
- в) двухсторонняя коммуникация;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

76. Маркетинговые исследования представляют собой:

- а) постановку проблемы исследований, анализ текущей информации;
- б) изучение вторичной информации, анализ поведения потребителей, обобщение полученных результатов;
- в) выявление проблем и формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов.

Выбрать правильный ответ.

77. Вторичная информация представляет собой:

- а) публикацию в общественно-политических и специализированных журналах;
- б) внутрифирменную информацию;
- в) информацию, собранную ранее для других целей, но которая может оказаться полезной для решения данной проблемы.

Выбрать правильный ответ.

78. Первичная информация представляет собой:

- а) изучение специализированных журналов, отчетов и проспектов различных организаций, проведение опросов клиентов фирмы;
- б) анализ отчетов торговых агентов и сотрудников структур сбыта продукции;
- в) непосредственное наблюдение за покупателями и посетителями в местах продажи, проведение экспериментов, создание фокус-групп для обсуждения вопросов, относящихся к предмету исследований, проведение опросов о знаниях, убеждениях, предпочтениях лиц, степени их удовлетворенности предлагаемыми товарами.

Выбрать правильный ответ.

79. Открытые вопросы при анкетировании:

- а) включает в себя возможные варианты ответов или подсказок.
- б) включает в себя шкалы оценок;
- в) не содержат никаких подсказок и позволяют отвечать своими словами.

Выбрать правильный ответ.

80. К какому виду исследованию рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?

- а) кабинетные исследования;
- б) полевые исследования;
- в) не относится к исследованиям;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

81. Характерной чертой наблюдения как метода получения маркетинговой информации является:

- а) активное участие наблюдателя в изучаемом процессе;
- б) использование естественных условий для проведения исследования;

- в) пассивная регистрация событий;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

82. Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения:

- а) лабораторную;
- б) кабинетную;
- в) полевую;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

83. Фокус-группа – это:

- а) особый метод исследования, заключающийся в многократном обследовании отдельной группы респондентов;
- б) вид опроса, представляющий собой групповое интервью в форме свободного обсуждения заданной темы;
- в) вид опроса, характеризующийся четко заданной структурой, периодичностью проведения и ограниченностью круга респондентов;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

84. В чем заключается отличие панельного опроса от простого?

- а) проводится по одной и той же теме на разных выборках;
- б) проводится на одной и той же выборке по разным темам;
- в) проводится по одной и той же теме на одной и той же выборке в произвольное время;
- г) проводится по той же теме, на той же выборке через четко определенные периоды времени;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

85. Вопросы, именуемые "детектор", используются для проверки:

- а) уровня знаний респондента о предмете исследования;
- б) искренности высказываний респондента;
- в) правильности составления анкеты;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

86. Открытые вопросы анкеты не включают в себя:

- а) завершение предложения;
- б) словесную ассоциацию;
- в) семантический дифференциал;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

87. Способ связи с аудиторией, который характеризуется возможностью быстро получить информацию с небольшими затратами, - это:

- а) телефон;
- б) почта;
- в) интервью;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

88. Возможность учитывать невербальную информацию реализуется таким способом связи, как:

- а) интервью;
- б) почта;
- в) телефон;
- г) все ответы верны;

Выбрать правильный ответ.

89. Какой способ связи с аудиторией характеризуется низким возвратом данных:

- а) телефон;
- б) почта;
- в) интервью;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.
- г) наблюдение.

Выбрать правильный ответ.

90. Если известны постоянные, переменные издержки, объем выпуска и норма рентабельности, то какой метод ценообразования целесообразней использовать:

- а) установление цены на уровне текущих цен;
- б) установление цены на основе расчета целевой прибыли;
- в) метод «средние издержки + прибыль»;
- г) установление цен на закрытых торгах.

Выбрать правильный ответ.

91. Фирмы прибегают к синхромаркетингу в случае, если:

- а) отсутствует спрос на товары или услуги;
- б) покупатели отвергают товар вне зависимости от его качества;
- в) потребители испытывают потребность в каком-либо товаре или услуге, отсутствующих на рынке;
- г) спрос на товары и услуги нерегулярный.

Выбрать правильный ответ.

92. Маркетинговые исследования представляют собой:

- а) постановку проблемы исследований, анализ текущей информации;
- б) изучение вторичной информации, анализ поведения потребителей, обобщение полученных результатов;
- в) выявление проблем и формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов;
- г) сбор данных по сегментированию рынка.

Выбрать правильный ответ.

93. Прямой сбытовой канал выберет, скорее всего, производитель:

- а) дорогих автомобилей;
- б) бытовой техники;
- в) садово-огороднического инвентаря;
- г) все ответы верны;

Выбрать правильный ответ.

94. В ситуации иррационального спроса применяют:

- а) противодействующий маркетинг;
- б) демаркетинг;
- в) ремаркетинг;
- г) антимакетинг.

Выбрать правильный ответ.

95. Фирма сегментирует потребителей по экономическому принципу. Ей можно использовать следующие признаки:

- а) род занятий;
- б) доход;
- в) статус пользователя;
- г) образование.

Выбрать правильный ответ.

96. Шкала оценочная использует следующие категории в построении ответа:

- а) согласен – не согласен;
- б) хорошо – плохо;
- в) уверен – не уверен;
- г) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

97. Какой этап жизненного цикла товара обычно характеризуется максимально высокой ценой:

- а) выведение на рынок;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) упадок;

Выбрать правильный ответ.

98. Селективное распределение товара осуществляется:

- а) поставками в сеть специализированных магазинов;
- б) через большое число торговых точек массового назначения;
- в) путем поставки товара непосредственно потребителю;
- г) правильного ответа нет.

Выбрать правильный ответ.

99. Цель маркетинга на этапе выведения товара на рынок:

- а) поддержание отличительных преимуществ;
- б) привлечение к товару новаторов и лиц, формирующих общественное мнение;
- в) расширение сбыта имеющихся товаров;
- г) получение максимальной прибыли.

Выбрать правильный ответ.

100. Какая конкуренция существует между изготовителями спортивных тренажеров, спортивных снарядов, танцевальными и спортивными секциями, пропагандистами диет:

- а) видовая;
- б) предметная;
- в) функциональная;
- г) все ответы верны.