1. Принцип полновластия потребителя в полной мере отражает высказывание «…» Тип ответа: Одиночный выбор

Наш рынок – весь мир

Единственное адекватное определение главной цели бизнеса – создание потребителя

Комбинированный эффект тысяч рекламных посланий, обращенных к каждому потребителю, состоит в постоянном напоминании о вещах и услугах, которых у него еще нет

2. Сущность маркетинга в наибольшей степени проявляется в высказывании «…» Тип ответа: Одиночный выбор

Мы продаем любому, кто покупает

Мы продаем на специфических сегментах рынка

Мы анализируем нужды клиентов и обслуживаем специфические сегменты

3. Из концепции … следует, что потребители могут быть благожелательны к товарам, которые широко распространены и доступны по цене, а, следовательно, руководство должно сосредоточить свои усилия на совершенствовании производства и повышении эффективности системы распределения Тип ответа: Одиночный выбор

совершенствования производства

совершенствования товара

интенсификации коммерческих усилий

4. Позитивизм – это … Тип ответа: Одиночный выбор

процесс использования строгих эмпирических методов для обнаружения обобщаемых объяснений и законов

выявление скрытых или неосознанных побуждений с помощью направленного интервьюирования

процесс понимания того, как организация адаптируется к потребителям

5. В процессе сегментации используется … Тип ответа: Одиночный выбор

2 признака

3 признака

4 признака

6. Сделка – это … Тип ответа: Одиночный выбор

определенное соотношение между спросом и предложением как по отдельным товарам и их группам, так и по товарной и денежной массе в целом

совокупность сил и факторов, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность фирмы и ее результаты

коммерческий обмен ценностями на рынке между двумя сторонами

7. Ориентация на потребителей – это … Тип ответа: Одиночный выбор

долгосрочный план, включающий ряд последовательных мероприятий, разработанный с целью достижения (обычно с высоким уровнем рентабельности инвестиций) столь выгодной рыночной позиции, какую конкуренты смогут завоевать лишь с невероятно высокими затратами

узкостратегическое решение концентрации всех ресурсов фирмы на обслуживание и удовлетворение потребителей, приносящих прибыль

видение, набор ценностей и уверенность в том, что будущее фирмы зависит от восприятия потребителей

8. Процесс разделения рынка на отдельные части – это … Тип ответа: Одиночный выбор

сегментирование рынка

диверсификация рынка

синергетический эффект

9. Аналитическая функция маркетинга заключается … Тип ответа: Одиночный выбор

в изучении рынка как такового, изучении потребителей, изучении фирменной структуры, изучении товара (товарной структуры), анализе внутренней среды предприятия

в организации производства новых товаров, разработке новых технологий, управлении качеством и конкурентоспособностью готовой продукции

в проведении целенаправленной товарной и ценовой политики

10. Совокупность сил и факторов, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность фирмы и ее результаты, – это … Тип ответа: Одиночный выбор

окружающая среда маркетинга

сегмент рынка

макросреда маркетинга

11. В цепочку розничного предложения входят … Тип ответа: Множественный выбор

все организации, участвующие в доставке продукта от производителя до конечного потребителя

организации, содействующие доставке продукции

организации, специализирующиеся на анализе внешней среды фирмы

12. Высказывание «Наш рынок – весь мир» отражает следующий фундаментальный принцип поведения потребителей: «…» Тип ответа: Одиночный выбор

Полновластие потребителя

Потребитель как глобальное явление

Потребители: такие разные и такие похожие

13. Освобождение – это … Тип ответа: Одиночный выбор

действия, ведущие к покупке и включающие покупку или заказ продукта

то, как, где, когда и при каких обстоятельствах потребители используют товары

то, как потребители избавляются от товара и упаковки

14. Ценность – это … Тип ответа: Одиночный выбор

действия, ведущие к покупке и включающие покупку или заказ продукта

то, как, где, когда и при каких обстоятельствах потребители используют товары

то, как потребители избавляются от товара и упаковки

разница между тем, с чем потребителям приходится расставаться ради продукта, и выгод, которые они получают

15. Действия, ведущие к покупке и включающие покупку или заказ продукта – это … Тип ответа: Одиночный выбор

Приобретение

потребление

освобождение

16. Обеспечение ценовой политики заключается … Тип ответа: Одиночный выбор

в планировании систем и уровней цен на поставляемые товары, определении «технологии» использования цен, кредитов, скидок и т.д.

в разработке концепций создания новых товаров и/или модернизации старых, включая их ассортимент и параметрические ряды, упаковку и т.д.

в исследовании демографических, экономических, социальных, географических и иных характеристик людей, принимающих решение о покупке, а также их потребностей в широком смысле этого понятия и процессов приобретения ими как нашего, так и конкурирующих товаров

17. Маркетинг сформировался как наука … Тип ответа: Одиночный выбор

в США

в Канаде

в России

18. Для маркетинговой ориентации центральным является вопрос о том, как организация адаптируется … Тип ответа: Одиночный выбор

к потребителям

к государству

к производителям

к посредникам