

# Обзор попытки 1

Прошло времени 29 мин 31 сек

Набрано баллов 20.67/30 (68.9%)

Оценка 6.89 от максимума 10

Question 1

Баллов: 1

В систему качества входят:

Выберите один или несколько ответов:

- a. потребности и качество продукции ✗
- b. потребности и интересы компании
- c. потребности и требования потребителя ✓

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 2

Баллов: 1

Можно ли говорить о сегментации по частоте потребления продукта:

Выберите один ответ.

- a. можно ✓
- b. нельзя

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 3

Баллов: 1

Критериями выбора целевого сегмента являются:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Благоприятные юридические аспекты освоения сегмента ✓
- b. Однородность и доступность сегмента для СМИ ✓
- c. Высокий уровень дохода потребителей внутри сегмента ✗
- d. Низкий уровень ожидаемого риска

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 4

Баллов: 1

Выделяют основные элементы маркетинговых коммуникаций:

Выберите один или несколько ответов:

- a. цели коммуникаций
- b. убеждение и информирование потребителей
- c. канал коммуникаций ✗
- d. помехи ✗

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 5

Баллов: 1

Существуют следующие методы ценообразования:

Выберите один или несколько ответов:

- a. на основе качества товара
- b. на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли ✓
- c. на основе уровня текущих цен ✓
- d. « прямые издержки плюс прибыль»

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 6

Баллов: 1

Кривая прибыли для графика ЖЦТ может:

Выберите один ответ.

- a. Быть ниже на размер издержек производства и реализации товара ✓
- b. Быть ниже на размер издержек производства
- c. Совпадать с ним

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 7

Баллов: 1

Верно ли, что система управления качеством должна осуществлять выборочный контроль над всеми сферами производства и сбыта продукта:

Выберите один ответ.

- a. неверно
- b. Верно ✗

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 8

Баллов: 1

Эластичность спроса по цене :

Выберите один или несколько ответов:

- a. – это процентное изменение количества покупаемого товара ( % изменения количества) в результате процентного изменения цены (% изменения цены) ✓
- b. - это показатель чувствительности покупателя к цене товара
- c. – это процентное отношение цены и спроса на товар

Частично верно

Баллов за ответ: 0.5/1.

Question 9

Баллов: 1

Стратегический контроль осуществляется посредством:

Выберите один ответ.

- a. ревизии маркетинга ✓
- b. внутреннего контроля
- c. внешнего контроля

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 10

Баллов: 1

Такая картина довольно типична для современного бизнеса: при реализации 30 наименований товаров, где первые 5 составляют 80 % объема продаж, следующие 5 – это еще 10 %, все остальные – это еще 10 %:

Выберите один ответ.

- a. неверно
- b. верно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 11

Баллов: 1

Маркетинговое преимущество товара среди других товаров на рынке позволяет фирме:  
Выберите один ответ.

- a. установить высокие цены ✓
- b. завоевать репутацию престижного товара
- c. вытеснить конкурентов с рынка путем снижения цен
- d. сократить издержки производства

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 12

Баллов: 1

Такая картина довольно типична для современного бизнеса: при реализации 30 наименований товаров, где первые 5 составляют 50 % объема продаж, следующие 5 – это 30 %, все остальные – это еще 20 %..

Выберите один ответ.

- a. Неверно ✓
- b. Верно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 13

Баллов: 1

Процесс коммуникации включает в себя:

Выберите один или несколько ответов:

- a. сообщение ✓
- b. отправителя ✓
- c. помехи ✓
- d. макет сообщения

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 14

Баллов: 1

Позиционирование товара представляет собой комплекс мер и приемов, с помощью которых в сознании целевых потребителей данный товар описывается, как самый престижный:

Выберите один ответ.

- а. неверно ✓
- б. верно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 15

Баллов: 1

Наиболее дорогостоящей является стратегия:

Выберите один ответ.

- а. массового маркетинга
- б. дифференцированного маркетинга ✓
- с. концентрированного маркетинга

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 16

Баллов: 1

Верно ли, что уровень качества продукции нельзя повысить лишь путём применения системы материального стимулирование сотрудников:

Выберите один ответ.

- а. верно ✗
- б. неверно

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 17

Баллов: 1

Емкость сегмента позволяет:

Выберите один или несколько ответов:

- а. Определить количество потенциальных потребителей товара ✓
- б. Определить количество товаров (услуг), какой стоимостью может быть продано на данном сегменте ✓
- с. Определить количество конкурентов на этом сегменте ✗
- d. Планировать производственные мощности предприятия

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 18

Баллов: 1

Опрос является одной из форм проведения качественных исследований:

Выберите один ответ.

- а. Верно
- б. Неверно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 19

Баллов: 1

Верно ли, что создание условий для максимального приспособления производства к требованиям рынка, к структуре спроса, исходя не из сиюминутной выгоды, а из долгосрочной перспективы, является важнейшим принципом маркетинга:

Выберите один ответ.

- a. неверно
- b. Верно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 20

Баллов: 1

Каналы распределения бывают:

Выберите один ответ.

- a. Ступенчатые
- b. Зонтичные
- c. Закрытые
- d. Двухуровневые ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 21

Баллов: 1

Процесс коммуникации включает в себя:

Выберите один или несколько ответов:

- a. усиление
- b. расшифровка
- c. помехи ✓
- d. отправителя ✓

Частично верно

Баллов за ответ: 0.67/1.

Question 22

Баллов: 1

Среди характеристик маркетингового аудита:

Выберите один или несколько ответов:

- a. ограниченность
- b. периодичность ✓
- c. систематичность ✓
- d. независимость ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 23

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что нередко производители запрашивают на зарубежных рынках более низкую цену товара из-за того, что они хотят сбыть по бросовым ценам товары, для которых нет рынка в своей стране:

Выберите один ответ.

- a. Верно ✓
- b. Неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 24

Баллов: 1

При решении вопроса о деловых отношениях с той или иной страной следует учитывать:  
Выберите один или несколько ответов:

- a. отношение к импорту ✓
- b. политическую стабильность ✓
- c. валютные ограничения ✓
- d. отношение к экспорту

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 25

Баллов: 1

Внешний контроль направлен на:

Выберите один ответ.

- a. получение информации, необходимой для оценки уровня эффективности маркетинга и принятия соответствующих решений со стороны руководства организации
- b. оценку эффективности рекламной кампании, оценку соответствия маркетинговой деятельности конкретным рыночным условиям, анализ эффективности маркетинговой деятельности в целом ✓
- c. оценку эффективности отдельных аспектов маркетинговой деятельности за короткие промежутки времени и оценку компетентности руководства данного подразделения в более долгосрочной перспективе
- d. оценку эффективности отдельных аспектов маркетинговой деятельности за короткие промежутки времени и оценку компетентности руководства данного подразделения в более долгосрочной перспективе

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 26

Баллов: 1

Процесс коммуникации включает в себя:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Считывание информации
- b. Ответная реакция ✓
- c. Обратная связь ✓
- d. Помехи ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 27

Баллов: 1

Верно ли, что структура хозяйства страны определяет производственный спрос, то есть спрос на сырье, материалы, машины, оборудование и инструменты:

Выберите один ответ.

- a. верно ✓

b. неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 28

Баллов: 1

Критериями отбора целевого сегмента не являются:

Выберите один ответ.

- a. Доступность сегмента для рекламы **X**
- b. Многообразие потребительских предпочтений в сегменте
- c. Емкость сегмента
- d. Наличие барьеров для освоения сегмента

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 29

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что ситуационный анализ (SWOT-анализ)- это анализ сильных, слабых сторон организации и возможностей со стороны внешней окружающей среды:

Выберите один ответ.

- a. Верно **X**
- b. Неверно

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 30

Баллов: 1

Позиционирование является следствием :

Выберите один или несколько ответов:

- a. Наличие определенных преимуществ в товаре **✓**
- b. Деления потребителей на группы
- c. Наличие качественных характеристик товара
- d. Экономических выгод в товаре

Частично верно

Баллов за ответ: 0.5/1.

## Обзор попытки 2

Прошло времени 20 мин 41 сек

Набрано баллов 26.58/30 (88.6%)

Оценка 8.86 от максимума 10

Question 1

Баллов: 1

Характерной чертой интернет маркетинга является:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Конвергенция процессов ✓
- b. Конвергенция рыночного пространства ✓
- c. Конвергенция продуктов ✓
- d. Конвергенция продавцов
- e. Конвергенция инфраструктуры ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 2

Баллов: 1

Отличительные особенности товара в глазах потребителя, которые необходимо подчеркивать при его позиционировании:

Выберите один ответ.

- a. экономичность
- b. характерность (специфичность) ✓
- c. престижность
- d. качество

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 3

Баллов: 1

Среди характеристик маркетингового аудита:

Выберите один или несколько ответов:

- a. систематичность ✓
- b. независимость ✓
- c. периодичность ✓
- d. ограниченность

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 4

Баллов: 1

Стратегия «Поддержания существующего положения» характерна для товаров, находящихся в позиции:

Выберите один ответ.

- a. Дойная корова ✓
- b. Звезда
- c. Трудный ребенок
- d. Дворняжка

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 5

Баллов: 1



Верно ли утверждение: На этапе роста объемы продаж товара достигают максимальных значений:

Выберите один ответ.

- a. верно
- b. неверно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 6

Баллов: 1

Зонтичная стратегия подразумевает, что одно и то же название марки дается для различных вариантов продукта:

Выберите один ответ.

- a. верно ✓
- b. неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 7

Баллов: 1

Процесс коммуникации включает в себя:

Выберите один или несколько ответов:

- a. макет сообщения
- b. сообщение ✓
- c. помехи ✓
- d. отправителя ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 8

Баллов: 1

Жизненный цикл продукта включает в себя следующие стадии:

Выберите один или несколько ответов:

- a. стадия выведения
- b. стадия зрелости ✓
- c. стадия роста ✓
- d. стадия производства

Частично верно

Баллов за ответ: 0.67/1.

Question 9

Баллов: 1

Процесс коммуникации включает в себя:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Помехи ✓
- b. Считывание информации
- c. Ответная реакция ✓

d. Обратная связь ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 10

Баллов: 1

Потребитель является основным объектом маркетинговых исследований:

Выберите один ответ.

a. Верно

b. неверно ✗

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 11

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что всякий товар может проходить пять этапов своего развития: *разработка и внедрение; рост; зрелость; насыщение; упадок*:

Выберите один ответ.

a. Верно ✓

b. Неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 12

Баллов: 1

Верно ли, что структура хозяйства страны определяет производственный спрос, то есть спрос на сырье, материалы, машины, оборудование и инструменты:

Выберите один ответ.

a. неверно

b. верно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 13

Баллов: 1

Верно ли, что продуктовая линия представляет собой группу продуктов, тесно связанных между собой либо в силу схожести их функционирования, либо продажи одним и тем же группам потребителей, либо реализации через одинаковые типы магазинов, либо продажи в рамках одного и того же диапазона цен:

Выберите один ответ.

a. Неверно

b. Верно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 14

Баллов: 1

Этап развития маркетинга с ориентацией на сбыт закончился:

Выберите один ответ.

a. в 1945 году

b. в 1930 году

- c. в 1966 году
- d. в 1959 году ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 15

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что ревизия маркетинга – это комплексное, системное, беспристрастное и регулярное исследование маркетинговой среды, задач, стратегий и оперативной деятельности фирмы с целью выявления возникающих проблем и открывающихся возможностей и выдачи рекомендаций относительно плана действий по совершенствованию маркетинговой деятельности фирмы:

Выберите один ответ.

- a. Верно ✓
- b. Неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 16

Баллов: 1

Сегмент – это часть рынка, на которой компания реализует свою продукцию:

Выберите один ответ.

- a. Верно ✗
- b. Неверно

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 17

Баллов: 1

В системе потребностей различаются:

Выберите один или несколько ответов:

- a. личные ✓
- b. массовые
- c. производственные ✓
- d. социально-психологические

Частично верно

Баллов за ответ: 0.67/1.

Question 18

Баллов: 1

Верно ли, что для управления деятельностью, связанной с международным маркетингом, большинство фирм сначала создают у себя экспортный отдел, затем – международный филиал и, в конце концов, превращаются в транснациональные компании:

Выберите один ответ.

- a. Верно ✓
- b. Неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 19

Баллов: 1

Инструментами коммуникаций являются:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Прямой маркетинг ✓
- b. Сервисное обслуживание ✓
- c. Спонсорство ✓
- d. Обратная связь с клиентом

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 20

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что ситуационный анализ (SWOT-анализ)- это анализ слабых сторон организации и возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды: Выберите один ответ.

- a. Неверно ✓
- b. Верно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 21

Баллов: 1

Верно ли, что планирование качества - это деятельность, которая устанавливает цели и требования к качеству и применению элементов системы качества:

Выберите один ответ.

- a. неверно
- b. верно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 22

Баллов: 1

Спрос – это:

Выберите один ответ.

- a. потребность, принявшая конкретную форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида
- b. акт получения чего-то желаемого продукта путем предложения чего-то взамен
- c. желание или конкретная потребность, подкрепленная покупательной способностью ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 23

Баллов: 1

Внешний контроль направлен на:

Выберите один ответ.

- a. получение информации, необходимой для оценки уровня эффективности маркетинга и принятия соответствующих решений со стороны руководства организации
- b. оценку эффективности отдельных аспектов маркетинговой деятельности за короткие промежутки времени и оценку компетентности руководства данного

подразделения в более долгосрочной перспективе

- с. оценку эффективности рекламной кампании, оценку соответствия маркетинговой деятельности конкретным рыночным условиям, анализ эффективности маркетинговой деятельности в целом ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 24

Баллов: 1

Процесс коммуникации включает в себя:

Выберите один или несколько ответов:

- а. расшифровка ✓
- б. кодирование ✓
- в. каналы коммуникации
- г. получатель (реципиент) ✓

Частично верно

Баллов за ответ: 0.75/1.

Question 25

Баллов: 1

Верно ли, что система управления качеством продукции представляет собой совокупность управленческих органов и объектов управления, мероприятий, методов и средств, направленных на установление, обеспечение и поддержание высокого уровня качества продукции конкурентов:

Выберите один ответ.

- а. неверно ✓
- б. верно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 26

Баллов: 1

Среди характеристик ассортимента выделяют:

Выберите один или несколько ответов:

- а. широту ассортимента ✓
- б. брендовость ассортимента
- в. насыщенность ассортимента ✓
- г. достаточность ассортимента

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 27

Баллов: 1

Инструментами коммуникаций являются:

Выберите один или несколько ответов:

- а. Рекламный агент
- б. Торговый агент
- в. Краткосрочное стимулирование продаж ✓

d. Реклама ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 28

Баллов: 1

Стратегический контроль осуществляется посредством:

Выберите один ответ.

a. ревизии маркетинга ✓

b. внутреннего контроля

c. внешнего контроля

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 29

Баллов: 1

Матрица Бостонской консультационной группы позволяет:

Выберите один или несколько ответов:

a. проанализировать стоимость производства отдельных товаров

b. определить стратегию инвестирования в различные товары ✓

c. проанализировать рекламную стратегию фирмы

d. проанализировать качество отдельных товаров

Частично верно

Баллов за ответ: 0.5/1.

Question 30

Баллов: 1

Верно ли, что система управления качеством должна осуществлять выборочный контроль над всеми сферами производства и сбыта продукта:

Выберите один ответ.

a. Верно

b. неверно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

## Обзор попытки 1

Прошло времени 22 мин 22 сек

Набрано баллов 22.33/30 (74.4%)

Оценка 7.44 от максимума 10

Question 1

Баллов: 1

Выберите эффективные стратегии роста бизнеса:

Выберите один или несколько ответов:

- a. расширение товарной линейки
- b. концентрация усилий
- c. диверсификация ✗
- d. рыночная экспансия ✓

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 2

Баллов: 1

Критериями выбора целевого сегмента являются:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Прибыльность и потенциал дальнейшего роста сегмента в будущем ✓
- b. Отсутствие конкуренции
- c. Защищенность от конкуренции
- d. Опыт персонала фирмы в общении с сегментом ✓

Частично верно

Баллов за ответ: 0.67/1.

Question 3

Баллов: 1

Маркетинговый синтез – это:

Выберите один ответ.

- a. система взаимодействия маркетинга и других подразделений компании ✗
- b. исследовательская работа по выявлению слабых сторон маркетинга
- c. система управления комплексом мероприятий по изучению спроса и оптимальному сбыту продукции

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 4

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что ситуационный анализ (SWOT-анализ)- это анализ сильных, слабых сторон организации и возможностей со стороны внешней окружающей среды:

Выберите один ответ.

- a. Неверно ✓
- b. Верно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 5

Баллов: 1

Верно ли, что одним из основных принципов маркетинга является тщательный учет при принятии решений потребностей, состояния и динамики спроса и рыночной конъюнктуры:

Выберите один ответ.

- a. верно ✓
- b. неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 6

Баллов: 1

Зонтичная стратегия подразумевает, что одно и то же название марки дается для различных вариантов продукта:

Выберите один ответ.

- a. неверно
- b. верно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 7

Баллов: 1

Верно ли, что уровень качества продукции нельзя повысить лишь путём применения системы материального стимулирование сотрудников:

Выберите один ответ.

- a. неверно ✓
- b. верно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 8

Баллов: 1

Процесс коммуникации включает в себя:

Выберите один или несколько ответов:

- a. каналы коммуникации ✓
- b. кодирование ✓
- c. получатель (реципиент) ✓
- d. расшифровка ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 9

Баллов: 1

Существуют следующие методы ценообразования:

Выберите один или несколько ответов:

- a. « прямые издержки плюс прибыль»
- b. на основе качества товара
- c. на основе уровня текущих цен ✓
- d. на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 10

Баллов: 1

Процесс коммуникации включает в себя:

Выберите один или несколько ответов:

- a. усиление



- b. отправителя ✓
- c. помехи ✓
- d. расшифровка ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 11

Баллов: 1

Способы реализации маркетингового аудита подразделяются на следующие виды:  
Выберите один или несколько ответов:

- a. аудит со стороны специального аудиторского подразделения ✓
- b. отраслевой аудит
- c. внешний аудит ✓
- d. аудит, проводимый специально созданной группой ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 12

Баллов: 1

Укажите критерии сегментации, характеризующие непосредственно самого потребителя:  
Выберите один или несколько ответов:

- a. Поведенческая сегментация
- b. Географическая сегментация ✓
- c. Демографическая сегментация ✓
- d. Сегментация по степени лояльности к товару

Частично верно

Баллов за ответ: 0.67/1.

Question 13

Баллов: 1

Каналы распределения бывают:  
Выберите один ответ.

- a. Ступенчатые
- b. Одноуровневые ✓
- c. Циклические
- d. Закрытые

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 14

Баллов: 1

Для производителя выгодна:  
Выберите один или несколько ответов:

- a. восходящая эластичность спроса по цене ✗
- b. нисходящая эластичность спроса по цене
- c. восходящая неэластичность спроса по цене

d. нисходящая неэластичность спроса по цене **X**

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 15

Баллов: 1

Персональные продажи не являются одним из компонентов системы стимулирования продаж:

Выберите один ответ.

a. неверно **✓**

b. Верно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 16

Баллов: 1

Границы рынка определяются в ходе проведения:

Выберите один ответ.

a. ситуационного анализа

b. репозиционирования

c. анализа матрицы BCG

d. SWOT анализа **X**

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 17

Баллов: 1

Можно ли говорить о сегментации по частоте потребления продукта:

Выберите один ответ.

a. можно **✓**

b. нельзя

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 18

Баллов: 1

Верно ли, что система управления качеством должна осуществлять выборочный контроль над всеми сферами производства и сбыта продукта:

Выберите один ответ.

a. Верно

b. неверно **✓**

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 19

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что ситуационный анализ (SWOT-анализ)- это анализ слабых сторон организации и возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды:

Выберите один ответ.

a. Верно

b. Неверно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 20

Баллов: 1

Выберите верное утверждение (одно или несколько):

Выберите один ответ.

- a. Рыночный лидер выпускает более качественную продукцию
- b. Рыночный лидер – предприятие с наибольшим объемом продаж в отрасли ✓
- c. Рыночный лидер – предприятие с наименьшей себестоимостью продукции

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 21

Баллов: 1

Верно ли, что планирование качества - это деятельность, которая устанавливает цели и требования к качеству и применению элементов системы качества:

Выберите один ответ.

- a. верно ✓
- b. неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 22

Баллов: 1

Инструментами коммуникаций являются:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Упаковка
- b. Паблицити ✓
- c. Специальные сувениры
- d. Личная продажа ✓

Частично верно

Баллов за ответ: 0.5/1.

Question 23

Баллов: 1

Позиционирование является следствием :

Выберите один или несколько ответов:

- a. Экономических выгод в товаре
- b. Наличия определенных преимуществ в товаре ✓
- c. Наличия качественных характеристик товара
- d. Деления потребителей на группы

Частично верно

Баллов за ответ: 0.5/1.

Question 24

Баллов: 1

Критериями отбора целевого сегмента не являются:

Выберите один ответ.

- a. Многообразие потребительских предпочтений в сегменте ✓
- b. Наличие барьеров для освоения сегмента
- c. Доступность сегмента для рекламы
- d. Емкость сегмента

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 25

Баллов: 1

Эмбарго это:

Выберите один ответ.

- a. запрет на импорт какого-либо товара ✓
- b. количественный предел товаров определенных категорий, разрешенных к ввозу в страну
- c. запрет на экспорт какого-либо товара

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 26

Баллов: 1

Целью аудита маркетинга является:

Выберите один ответ.

- a. одноразовая проверка внутренней среды маркетинга
- b. оценка отдельных видов маркетинговой деятельности для сравнительного анализа
- c. выявление областей, где существуют проблемы и новые возможности, и выдача рекомендаций по разработке плана повышения эффективности маркетинговой деятельности ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 27

Баллов: 1

Сегмент – это часть рынка, на которой компания реализует свою продукцию:

Выберите один ответ.

- a. Верно
- b. Неверно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 28

Баллов: 1

Отличительные особенности товара в глазах потребителя, которые необходимо подчеркивать при его позиционировании:

Выберите один ответ.

- a. характерность (специфичность) ✓
- b. экономичность
- c. престижность

d. качество

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 29

Баллов: 1

Сегмент – это определенным образом очерченная территория деятельности предприятия, на которой оно реализует свою продукцию потребителям:

Выберите один ответ.

a. верно **X**

b. неверно

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 30

Баллов: 1

Эластичность спроса по цене :

Выберите один ответ.

a. – показывает **X**

b. - это показатель чувствительности покупателя к цене товара

c. – это процентное отношение цены и к спросу на товар

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

## Обзор попытки 2

Прошло времени 20 мин 44 сек

Набрано баллов 26/30 (86.7%)

Оценка 8.67 от максимума 10

Question 1

Баллов: 1

Процесс коммуникации включает в себя:

Выберите один или несколько ответов:

a. усиление

b. отправителя **✓**

c. помехи **✓**

d. расшифровка **✓**

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 2

Баллов: 1

Название марки товар приобретает на уровне:

Выберите один ответ.

- a. дополнительного товара
- b. функционального товара ✗
- c. осязаемого товара

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 3

Баллов: 1

Емкость сегмента позволяет:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Определить количество потенциальных потребителей товара ✓
- b. Определить количество конкурентов на этом сегменте
- c. Планировать производственные мощности предприятия
- d. Определить количество товаров (услуг), какой стоимостью может быть продано на данном сегменте ✓

Частично верно

Баллов за ответ: 0.67/1.

Question 4

Баллов: 1

Стратегический контроль осуществляется посредством:

Выберите один ответ.

- a. внешнего контроля
- b. ревизии маркетинга ✓
- c. внутреннего контроля

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 5

Баллов: 1

К особенностям продвижения услуг относятся:

Выберите один или несколько ответов:

- a. создание материальной формы предоставления услуги ✓
- b. ассоциация неосязаемой услуги с осязаемым объектом
- c. отход от неосязаемости услуги через показ взаимоотношения между продавцом услуги и ее пользователем ✓

Частично верно

Баллов за ответ: 0.67/1.

Question 6

Баллов: 1

Процесс коммуникации включает в себя:

Выберите один или несколько ответов:

- a. расшифровка ✓
- b. получатель (реципиент) ✓
- c. кодирование ✓
- d. каналы коммуникации ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 7

Баллов: 1

Инструментами коммуникаций являются:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Сервисное обслуживание ✓
- b. Прямой маркетинг ✓
- c. Обратная связь с клиентом
- d. Спонсорство ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 8

Баллов: 1

Сегмент – это часть рынка, на которой компания реализует свою продукцию:

Выберите один ответ.

- a. Неверно ✓
- b. Верно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 9

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что ревизия маркетинга – это комплексное, системное, беспристрастное и регулярное исследование маркетинговой среды, задач, стратегий и оперативной деятельности фирмы с целью выявления возникающих проблем и открывающихся возможностей и выдачи рекомендаций относительно плана действий по совершенствованию маркетинговой деятельности фирмы:

Выберите один ответ.

- a. Верно ✓
- b. Неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 10

Баллов: 1

Выделяют основные элементы маркетинговых коммуникаций:

Выберите один или несколько ответов:

- a. убеждение и информирование потребителей ✓
- b. помехи
- c. цели коммуникаций ✓
- d. канал коммуникаций

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 11

Баллов: 1

Маркетинговая информационная система состоит из четырех подсистем:

Выберите один ответ.

- a. Верно ✓  
 b. Неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 12

Баллов: 1

Товарная номенклатура – это:

Выберите один или несколько ответов:

- a. группа товаров, связанных между собой либо в силу схожести сферы их функционирования (применения)
- b. перечень продукции, сходной по своим потребительским свойствам ✗
- c. суммарный показатель товаров во всех дифференцированных подразделениях компании
- d. перечень продукции, производимой на предприятии; структура производственной программы ✓

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 13

Баллов: 1

Целью ситуационного анализа не является:

Выберите один или несколько ответов:

- a. оценка эффективности отдельных аспектов маркетинговой деятельности за короткие промежутки времени и оценку компетентности руководства данного подразделения в более долгосрочной перспективе
- b. оценка стратегической ситуации для конкретной компании ✗
- c. одноразовая проверка внутренней среды маркетинга

Неверно

Баллов за ответ: 0/1.

Question 14

Баллов: 1

Эластичность спроса по цене :

Выберите один ответ.

- a. – показывает
- b. - это показатель чувствительности покупателя к цене товара ✓
- c. – это процентное отношение цены и к спросу на товар

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 15

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что нередко производители запрашивают на зарубежных рынках более низкую цену товара из-за того, что они хотят сбыть по бросовым ценам товары, для которых нет рынка в своей стране:

Выберите один ответ.

- a. Верно ✓
- b. Неверно

Верно



Баллов за ответ: 1/1.

Question 16

Баллов: 1

Позднее большинство составляет от общего числа покупателей:

Выберите один ответ.

- a. 45% ✓
- b. 30 %
- c. 35%
- d. 50 %

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 17

Баллов: 1

Внешний контроль направлен на:

Выберите один ответ.

- a. получение информации, необходимой для оценки уровня эффективности маркетинга и принятия соответствующих решений со стороны руководства организации
- b. оценку эффективности рекламной кампании, оценку соответствия маркетинговой деятельности конкретным рыночным условиям, анализ эффективности маркетинговой деятельности в целом ✓
- c. оценку эффективности отдельных аспектов маркетинговой деятельности за короткие промежутки времени и оценку компетентности руководства данного подразделения в более долгосрочной перспективе

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 18

Баллов: 1

Критериями отбора целевого сегмента не являются:

Выберите один ответ.

- a. Наличие барьеров для освоения сегмента
- b. Доступность сегмента для рекламы
- c. Многообразие потребительских предпочтений в сегменте ✓
- d. Емкость сегмента

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 19

Баллов: 1

Можно ли говорить о сегментации по частоте потребления продукта:

Выберите один ответ.

- a. нельзя
- b. можно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 20

Баллов: 1

Верно ли, что потребность – это совокупность продуктов, товаров и услуг, необходимых потребителю для обеспечения его воспроизводства, существования и развития:  
Выберите один ответ.

- a. верно ✓
- b. неверно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 21

Баллов: 1

Верно ли, что система управления качеством продукции представляет собой совокупность управленческих органов и объектов управления, мероприятий, методов и средств, направленных на установление, обеспечение и поддержание высокого уровня качества продукции конкурентов:

Выберите один ответ.

- a. верно
- b. неверно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 22

Баллов: 1

Существуют следующие методы ценообразования:

Выберите один или несколько ответов:

- a. на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли ✓
- b. « прямые издержки плюс прибыль»
- c. на основе уровня текущих цен ✓
- d. на основе качества товара

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 23

Баллов: 1

Спрос – это:

Выберите один ответ.

- a. потребность, принявшая конкретную форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида
- b. желание или конкретная потребность, подкрепленная покупательной способностью ✓
- c. акт получения чего-то желаемого продукта путем предложения чего-то взамен

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 24

Баллов: 1

Жизненный цикл продукта включает в себя следующие стадии:

Выберите один или несколько ответов:

- a. стадия выведения ✓
- b. стадия производства

- c. стадия роста ✓
- d. стадия зрелости ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 25

Баллов: 1

Совокупность свойств и характеристик товара или услуги, относящиеся к их способности удовлетворять существующие или предполагаемые потребности - это:

Выберите один ответ.

- a. качество ✓
- b. пригодность
- c. спрос
- d. эстетичность

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 26

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что ситуационный анализ (SWOT-анализ)- это анализ сильных, слабых сторон организации и возможностей со стороны внешней окружающей среды:

Выберите один ответ.

- a. Верно
- b. Неверно ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 27

Баллов: 1

Укажите стратегии ценообразования для новых товаров:

Выберите один или несколько ответов:

- a. стабильность
- b. снятие сливок ✓
- c. вытеснение
- d. проникновение ✓

Частично верно

Баллов за ответ: 0.67/1.

Question 28

Баллов: 1

В классификации потребителей по скорости одобрения нового товара выделяют:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Консерваторов ✓
- b. Инициаторов
- c. Лидеров
- d. Авангардистов ✓

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 29

Баллов: 1

Инструментами коммуникаций являются:

Выберите один или несколько ответов:

- a. Торговый агент
- b. Краткосрочное стимулирование продаж ✓
- c. Реклама ✓
- d. Рекламный агент

Верно

Баллов за ответ: 1/1.

Question 30

Баллов: 1

Верно ли утверждение, что ситуационный анализ (SWOT-анализ)- это анализ слабых сторон организации и возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды:

Выберите один ответ.

- a. Неверно ✓
- b. Верно

Верно

Баллов за ответ: 1/1.