

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 1

1. Зонально-функциональная модель организационно-управленческого обеспечения стратегического маркетинга эффективна в тех случаях, когда компания торгует:

- по всей стране

2. Из перечисленных стратегий, к “портфельным” маркетинговым стратегиям относятся:

- вертикальная интеграция
- внешняя экспансия
- внутренняя экспансия
- горизонтальная интеграция
- конгломеративная диверсификация
- концентрическая диверсификация

3. Компания применяет стратегию стабилизирующего маркетинга (синхромаркетинга) в тех ситуациях, когда рынок характеризуется наличием спроса

- нерегулярного

4. Из перечисленных характеристик деловой конъюнктуры, “рыночную триаду” образуют:

- предложение
- спрос
- цена

5. Компания, которая приобретает предприятие, выпускающее другие товары, интересные для ее привычных клиентов, хотя технологически и не родственные товарам, уже производимым ею в данное время, использует стратегию

- горизонтальной диверсификации

[тест 1](#) | [тест 2](#) | [тест 3](#) | [тест 4](#) | [тест 5](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 2

6. Если даже незначительный рост курса доллара вызывает незамедлительный рост цен на товары, то это говорит об использовании стратегии ...

- скользящего (дискретного) ситуационного ценообразования

7. Стратегия, при которой компания-претендент применяет диверсификацию или перемещается на новые географические рынки, называется:

- обходным маневром

8. Матрица “доля рынка/динамика спроса и прибыли” разработана:

- Бостонской консалтинговой группой

9. Из перечисленных субъектов, к субъектам дистрибуции относятся:

- конечные потребители
- производители

10. Число характеристик, которыми обладает реальный продукт — ...

- пять

[тест 1](#) | [тест 2](#) | [тест 3](#) | [тест 4](#) | [тест 5](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 3

11. Если в результате SWOT-анализа компания выясняет, что она имеет значительные основные возможности и практически полное отсутствие внешних угроз, то можно считать, что ее бизнес

- *идеальный*

12. Стратегия, согласно которой объем первоначального накопления запасов, а также временная периодичность и объективные характеристики повторного завоза определяются на основе конкретно-ситуационного подхода, является:

- *диспозитивной (комбинированной) логистической стратегией*

13. Из перечисленных факторов внешней маркетинговой среды, факторами макросреды являются:

- *правительство*
- *технология*
- *экономика*

14. Если даже незначительный рост цен на бензин вызывает незамедлительный рост цен на товары, то это говорит об использовании стратегии ...

- *скользящего (дискретного) ситуационного ценообразования*

15. Из перечисленных стратегий маркетинга, к рыночным относятся:

- *поддерживающего*
- *противодействующего*
- *редукционного*
- *стабилизирующего*

[тест 1](#) | [тест 2](#) | [тест 3](#) | [тест 4](#) | [тест 5](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 4

16. Если в результате SWOT-анализа компания выясняет, что она имеет одинаково низкие возможности и опасности, то можно считать, что ее бизнес

- зрелый

17. Японские фирмы, сосредоточившие свои усилия на сегменте дешевых автомобилей, которые лидеры американской автоиндустрии считали не заслуживающими внимания, применили стратегию

- фланговой атаки

18. Из перечисленных стратегий, к стратегиям маркетинговой информационно-коммуникативной политики относятся:

- стратегия интенсивного продвижения
- стратегия суппортного продвижения
- стратегия флуктуационного продвижения
- стратегия экстенсивного продвижения

19. Стратегия, предполагающая пересмотр цен в основном в связи с существенными изменениями в динамике факторов и элементов окружающей маркетинговой среды, является стратегией

- интервального ценообразования

20. Предприятия, осуществляющие остекление балконов и лоджий и предоставляющие сезонные скидки на свои услуги в зимнее время, используют стратегию

- интервального ценообразования

[тест 2](#) | [тест 3](#) | [тест 4](#) | [тест 5](#) | [тест 6](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 5

21. Компании-плагиаторы и компании-подражатели используют стратегию

- *интеграции с лидером*

22. Основной характеристикой продуктовой номенклатуры, отражающей среднее количество продуктовых единиц, является:

- *глубина*

23. Торговая фирма, устраивающая предпраздничную распродажу товаров по сниженным ценам, использует стратегию

- *коммутативной редукции цен*

24. Стратегия, которая предполагает, что компания приобретет предприятие, не имеющее никакого отношения ни к выпускаемому ею товару, ни к применяемым ей технологиям, ни к рынку, на который она работает, является стратегией

- *конгломеративной диверсификации*

25. Стратегия экстенсивного продвижения наиболее эффективна в тех случаях, когда речь идет о:

- *товарах массового повседневного спроса*

[тест 3](#) | [тест 4](#) | [тест 5](#) | [тест 6](#) | [тест 7](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 6

26. Если продукт поступает на рынок в течение длительного периода времени, и его продажа держится на определенном уровне, то этот этап жизненного цикла продукта называется:

- зрелость и стабилизация

27. Маркетинговая стратегия — это:

- модель деловой активности предприятия

28. Стратегия унификации продукта оптимальна в тех случаях, когда:

- количество конкурентов мало
- ресурсы компании ограничены

29. Число этапов жизненного цикла продукта — ...

- пять

30. Стратегией условно-пассивного рыночного поведения является:

- позиционный маневр

[тест 4](#) | [тест 5](#) | [тест 6](#) | [тест 7](#) | [тест 8](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 7

31. Железнодорожные компании, занимающиеся продажей сувениров, косметики, предметов личной гигиены и т.д., используют стратегию

- *горизонтальной диверсификации*

32. Линейно-функциональная модель организационно-управленческого обеспечения стратегического маркетинга теряет свою эффективность, когда компания торгует:

- *широким ассортиментом товаров в масштабах страны*

33. Матрица “продукт/рынок” разработана:

- *И. Ансоффом*

34. Основной характеристикой продуктовой номенклатуры, отражающей общее количество ассортиментных групп, является:

- *широта*

35. Производственное объединение “Чайка”, выпускающее часы, открывая свои фирменные магазины, использует стратегию

- *интеграции вперед*

[тест 5](#) | [тест 6](#) | [тест 7](#) | [тест 8](#) | [тест 9](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 8

36. Из перечисленных признаков, при сегментировании рынка по поведенческим признакам используются:

- *интенсивность потребления*
- *искомые преимущества*
- *мотивы совершения покупок*

37. В любой системе общие затраты на маркетинговую логистику определяются как сумма:

- *затрат на доработку (упаковку, расфасовку и т.п.)*
- *общих затрат на транспортировку*
- *общих затрат, связанных с отказами клиентов*
- *общих переменных затрат на складирование*
- *общих фиксированных затрат на складирование*

38. Из перечисленных ситуаций, выберите те, при которых эффективно применение стратегии прямой дистрибуции:

- *рынок можно считать "вертикальным"*
- *товар не подлежит дополнительной обработке*
- *товар требует сложного послепродажного сервиса*

39. Стратегия "медленного снятия сливок" эффективна в тех случаях, когда:

- *большинство потенциальных покупателей осведомлены о товаре и готовы платить за него высокую цену*
- *потенциальных конкурентов на рынке немного*
- *размер рынка невелик*

40. Стратегия, при которой компания сдает более слабые позиции и концентрирует свои ресурсы на более сильных, называется:

- *стягиванием обороны*

[тест 6](#) | [тест 7](#) | [тест 8](#) | [тест 9](#) | [тест 10](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 9

41. Из перечисленных методов, стратегия партизанской атаки предусматривает использование:

- краткосрочные рекламные компании
- применение скидочных купонов
- существенное краткосрочное снижение цен в отдельных регионах под маской кампании по выводу на рынок нового товара

42. В сетевой матрице И. Ансоффа возможности освоения производства нового продукта и внедрения его на существующие рынки анализируются в секторе:

- развития продукта

43. В сетевой матрице И. Ансоффа возможности увеличения продаж путем вывода существующих продуктов на новые сегменты рынка (географические, демографические и т.п.) анализируются в секторе:

- расширения рынка

44. Из перечисленных стратегий маркетинга, к стратегиям по признаку деловой (рыночной) конъюнктуры относятся:

- конверсионно-стимулирующего
- контрмаркетинга
- противодействующего
- развивающего
- редуционного
- редуционно-внешней экспансии
- ремаркетинга
- синхромаркетинга
- стабилизирующего
- стимулирующего

45. Стратегия, согласно которой цели, объекты и организационно-функциональные характеристики информационно-коммуникативного воздействия определяются на основе конкретно-ситуационного подхода, является стратегией

- флуктуационного продвижения

[тест 7](#) | [тест 8](#) | [тест 9](#) | [тест 10](#) | [тест 11](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 10

46. При падающем спросе компания использует стратегию

- *ремаркетинга*

47. В матрице БКГ бизнес-области, конкурирующие в растущих отраслях, но занимающие относительно небольшую долю рынка, определяются как:

- *“вопросительные знаки”*

48. Из перечисленных условий, специфическими условиями применения стратегического маркетинга в России являются:

- *депрессивная стабилизация экономики*
- *общая неустойчивость политической и социально-экономической ситуаций*
- *частая корректировка нормативной модели управления*
- *чрезмерная монополизация экономики*

49. Продвижение-микс в рамках стратегии «маркетинг-микс» включает в себя:

- *рекламу*
- *стимулирование сбыта*
- *телемаркетинг*

50. Из перечисленных составляющих продуктовой массы, к продуктовым единицам относятся:

- *пакет молока*
- *пачка масла*

[тест 8](#) | [тест 9](#) | [тест 10](#) | [тест 11](#) | [тест 12](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 11

51. Продуктивно-функциональная модель организационно-управленческого обеспечения стратегического маркетинга эффективна для компаний

- с широкой товарной номенклатурой или, когда изделия резко отличаются друг от друга

52. Гостиницы, мотели и авиалинии, предлагающие сезонные скидки в периоды спада спроса на их услуги, используют стратегию

- интервального ценообразования

53. В сетевой матрице И. Ансоффа возможности увеличения уровня продаж обновленных (модифицированных) существующих продуктов на существующих рынках в целях увеличения доли рынка компании анализируются в секторе:

- углубления рынка

54. Предприятия розничной торговли, предлагающие своим покупателям услуги общественного питания, используют стратегию

- горизонтальной диверсификации

55. Из перечисленных характеристик, фирма, выбирающая стратегию партизанской войны, как правило, обладает следующими:

- децентрализованная и быстро адаптирующаяся структура управления
- относительно ограниченные ресурсы в области НИР
- относительно ограниченные ресурсы в области маркетинга
- относительно ограниченные ресурсы в области производства

[тест 9](#) | [тест 10](#) | [тест 11](#) | [тест 12](#) | [тест 13](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 12

56. Продукт, продажная цена, позиция на рынке, продвижение являются компонентами
• комплекса “маркетинг-микс”

57. Авторами концепции стратегического маркетинга являются:
• И. Ансофф, Ф. Котлер, М. Портер и др

58. В матрице БКГ бизнес-области с относительно небольшой долей на рынке в медленно развивающихся областях определяются как:
• “собаки”

59. Физические и юридические лица, оперирующие крупными объемами (партиями) продуктов и осуществляющие продажу последних, как правило, для целей последующего коммерческого (неличного) использования — это:
• оптовые торговые посредники

60. Из перечисленных признаков, при сегментировании рынка по географическим признакам используются:
• регионы
• страны

[тест 10](#) | [тест 11](#) | [тест 12](#) | [тест 13](#) | [тест 14](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 13

61. Глубина как характеристика продуктовой номенклатуры, отражает:

- *среднее количество продуктовых единиц*

62. Длина как характеристика продуктовой номенклатуры, отражает:

- *общее количество продуктов, предлагаемых к реализации*

63. Фирма, обладающая лучшей технологией, чем конкуренты и имеющая ресурсы в области производства и маркетинга, чтобы создать и удовлетворить первичный спрос на новое поколение товаров, использует стратегию

- *технологического скачка*

64. Из перечисленных субъектов дистрибуции, условно-пассивными субъектами являются:

- *конечные потребители*
- *простые посредники*

65. Если продовольственный магазин ежедневно завозит небольшими партиями молочные продукты, еженедельно — более крупными партиями — кондитерские изделия, и ежемесячно — дорогие марочные вина, то он применяет стратегию

- *диспозитивную*

[тест 11](#) | [тест 12](#) | [тест 13](#) | [тест 14](#) | [тест 15](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 14

66. Если отель организует дом престарелых, то он применяет стратегию

- *конгломеративной диверсификации*

67. Компания применяет стратегию развивающего маркетинга в тех ситуациях, когда рынок характеризуется наличием спроса

- *потенциального*

68. Стратегия, ориентирующая деятельность организации на создание и рыночное предложение продуктов, аналогичных по потребительским, но различных по производственно-технологическим и (или) дистрибутивным характеристикам, является стратегией

- *конвергентной дифференциации продукта*

69. Число видов транспорта, используемых для доставки товаров — ...

- *пять*

70. Физические и юридические лица, оказывающие в основном информационно-консалтинговые и организационные услуги и, как правило, не принимающие на себя право собственности на продукт — это:

- *простые посредники*

[тест 12](#) | [тест 13](#) | [тест 14](#) | [тест 15](#) | [тест 16](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 15

71. Стратегия, при которой компания находит на рынке бреши, оставленные конкурентами, заполняет их, а затем превращает в устойчивые и прибыльные сегменты, называется:

- *фланговой атакой*

72. Стратегия, согласно которой рыночная реализация (продажа) продукта конечным потребителям осуществляется непосредственно производителем данного продукта, является стратегией

- *прямой дистрибуции*

73. Из перечисленных стратегий, к стратегиям маркетинговой логистической политики относятся:

- *диспозитивная стратегия*
- *интерактивная стратегия*
- *когерентная стратегия*
- *циклическая стратегия*

74. Из перечисленных стратегий, к стратегиям активно-рыночного поведения относятся:

- *зональная атака*
- *суплантация*
- *фронтальная атака*

75. Если компания-производитель товаров приобретает оптовое торговое предприятие, то она применяет стратегию

- *интеграции вперед*

[тест 13](#) | [тест 14](#) | [тест 15](#) | [тест 16](#) | [тест 17](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 16

76. При нерегулярном (колеблющемся) спросе компания использует стратегию

- синхромаркетинга

77. Компания General Motors, реализующая автомобили с помощью более чем 10 тысяч независимых торговых фирм, использует стратегию

- массовой дистрибуции

78. Стратегия, ориентирующая деятельность организации на создание и рыночное предложение продуктов, различающихся по потребительским, производственно-технологическим и дистрибутивным характеристикам, является стратегией

- дивергентной дифференциации продукта

79. Стратегия, предусматривающая нанесение ударов сразу со всех направлений (с фронта, флангов и тыла), называется:

- интеграцией против лидера

80. Из перечисленных стратегий, к стратегиям маркетинговой ценовой политики относятся:

- стратегия коммутативной редукции цен
- стратегия “мнимых цен”

[тест 14](#) | [тест 15](#) | [тест 16](#) | [тест 17](#) | [тест 18](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 17

81. Из перечисленных факторов внешней маркетинговой среды, к факторам микросреды относятся:

- конкуренты
- поставщики
- потребители

82. Если компания по производству женской одежды приобретает текстильный комбинат, то она применяет стратегию

- интеграции назад

83. Из перечисленных факторов окружающей маркетинговой среды, к факторам внутренней маркетинговой среды относятся:

- кадры
- организация маркетинга

84. Сектор рынка характеризуется:

- видом товара

85. Компания применяет стратегию поддерживающего маркетинга (ремаркетинга) в тех ситуациях, когда рынок характеризуется наличием спроса

- падающего

[тест 15](#) | [тест 16](#) | [тест 17](#) | [тест 18](#) | [тест 19](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 18

86. Малые фирмы, концентрирующие свое внимание на прибыли, а не на увеличении продаж или доле рынка и выбирающие компромиссное поведение, используют стратегию

- *временного альянса (симбиоза)*

87. Единственным элементом комплекса «маркетинг-микс», относящимся к доходам, а не к затратам, является:

- *цена*

88. Если продукт поступает на рынок в течение нескольких лет, и его продажа растет из года в год, то этот этап жизненного цикла продукта называется:

- *рост и развитие*

89. Универмаг, устанавливающий временно на ряд товаров цены как на "убыточных" лидеров в надежде, что покупатели приобретут и другие товары с обычными наценками, использует стратегию

- *коммутативной редукции цен*

90. Компания применяет стратегию конверсионно-стимулирующего маркетинга в тех ситуациях, когда рынок характеризуется наличием спроса

- *отрицательного*

[тест 16](#) | [тест 17](#) | [тест 18](#) | [тест 19](#) | [тест 20](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 19

91. Из перечисленных субъектов дистрибьюции, к простым посредникам относятся:

- *агенты*
- *брокеры*
- *комиссионеры*

92. Число звеньев стратегического маркетингового планирования — ...

- *четыре*

93. Основными средствами маркетинговых коммуникаций являются:

- *прямой маркетинг*
- *реклама*
- *стимулирование сбыта*

94. Одна из ведущих компаний отрасли, которая стремится удержать свою долю рынка, не делая при этом резких выпадов, является:

- *компанией-последователем*

95. Стратегия, предполагающая первоначальное накопление получателем максимально возможного объема запасов и осуществление повторного завоза только при условии относительно полного их исчерпания (израсходования), является:

- *интерактивной логистической стратегией*

[тест 17](#) | [тест 18](#) | [тест 19](#) | [тест 20](#) | [тест 21](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 20

96. Стратегия, предполагающая установление для каждого рынка (или рыночного сегмента) особой эксклюзивной цены, является стратегией

- дифференцированного ценообразования

97. Циклическая логистическая стратегия является оптимальной для следующих субъектов маркетинговой логистики:

- магазинов “Молоко”
- магазинов “Хлеб”

98. Если компания поглощает своих конкурентов, то она реализует маркетинговую стратегию

- горизонтальной интеграции

99. Стратегия, при которой компания, стремясь удержать занимаемую позицию в целом, вынуждена следить за уязвимостью своих слабых мест, называется:

- фланговой обороной

100. Производственная фирма “Красный октябрь”, выпускающая кондитерские изделия, открывая фирменные магазины, использует стратегию

- интеграции вперед

[тест 18](#) | [тест 19](#) | [тест 20](#) | [тест 21](#) | [тест 22](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 21

101. Стратегия, предполагающая разумную максимизацию количества посредников — контрагентов производителя, является стратегией

- *массовой дистрибьюции*

102. Из перечисленных групп физических и юридических лиц, субъектами стратегического маркетинга являются:

- *администраторы*
- *аналитики-разработчики*
- *информаторы*

103. Циклическая логистическая стратегия является оптимальной для субъектов маркетинговой логистики — получателей товаров, осуществляющих реализацию:

- *скоропортящихся товаров*
- *товаров повседневного спроса*

104. Стратегия, ориентирующая деятельность организации на создание и рыночное предложение максимально идентичных по своим характеристикам продуктов, рассчитанных на удовлетворение максимально возможного количества так называемых ординарных покупателей, является стратегией

- *унификации продукта*

105. Число этапов, составляющих процесс ценообразования — ...

- *шесть*

[тест 19](#) | [тест 20](#) | [тест 21](#) | [тест 22](#) | [тест 23](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 22

106. Диспозитивная логистическая стратегия является оптимальной для субъектов маркетинговой логистики — получателей товаров:

- *взаимодействующих с большим числом отправителей*
- *реализующих широкую номенклатуру товаров*

107. Из перечисленных стратегий, к стратегиям продуктовой товарной политики относятся:

- *стратегия дивергентной дифференциации продукта*
- *стратегия конвергентной дифференциации продукта*
- *стратегия унификации продукта*

108. Если рынок характеризуется наличием негативного (отрицательного) спроса или спрос на какие-либо товары отсутствует вообще, то компания применяет стратегию

- *конверсионно-стимулирующего маркетинга*

109. Из перечисленных компонентов, в комплексе “маркетинг-микс” входят:

- *позиция на рынке*
- *продвижение*
- *продукт*
- *цена*

110. Фирмы с широкой товарной номенклатурой и/или разнообразием марочных товаров используют в качестве модели организационно-управленческого обеспечения стратегического маркетинга

- *продуктивно-функциональную*

[тест 20](#) | [тест 21](#) | [тест 22](#) | [тест 23](#) | [тест 24](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 23

111. Матрица “привлекательность рынка/конкурентоспособность организации” разработана:

- компаниями “Джсенерал Электрик” — “Мак-Кинзи”

112. Сегмент рынка — это группа ...

- покупателей

113. В сетевой матрице И. Ансоффа возможности роста товарной номенклатуры анализируются в секторе:

- диверсификации

114. Производитель, осуществляющий реализацию своих товаров через посылочную торговлю, применяет стратегию

- прямой дистрибуции

115. Матрица “интенсивность конкуренции/деловая активность” разработана:

- М. Портером

[тест 21](#) | [тест 22](#) | [тест 23](#) | [тест 24](#) | [тест 25](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 24

116. Производители садового инвентаря, предлагая сезонные скидки розничным торговцам в осенне-зимний сезон, используют стратегию

- *интервального ценообразования*

117. Из перечисленных субъектов, к субъектам маркетинговой логистики относятся:

- *информационно-консалтинговые посредники*
- *отправители*
- *перевозчики*
- *посредники-складодержатели*

118. Из перечисленных характеристик, продукту в реальном исполнении присущи:

- *качество*
- *марочное название*
- *свойства*
- *упаковка*

119. Стратегия, предполагающая предельную максимизацию цен на уникальный продукт, или продукт, предлагаемый рыночным лидером (монополистом), является стратегией

- *монопольно-элитарного ценообразования*

120. Терминология “звезды”, “дойные коровы”, “собаки” и “вопросительные знаки” используется для обозначения стратегических видов бизнеса в матричной модели

- *Бостонской консалтинговой группы*

[тест 22](#) | [тест 23](#) | [тест 24](#) | [тест 25](#) | [тест 26](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 25

121. Матричная модель, описывающая четыре пути развития — расширение рынка, новые рынки, новые продукты, диверсификация, — это матрица ...

- *сетевая И. Ансоффа*

122. Для выявления сильных и слабых стороны организации, потенциальных возможностей и опасностей при проведении стратегического аудита используется матрица

- *СВОТ*

123. Если производитель прекращает поставку продукта на рынок, то этот этап жизненного цикла продукта называется:

- *изъятие из обращения*

124. Из перечисленных маркетинговых инструментов, стратегия стабилизирующего маркетинга предполагает использование:

- *заранее спланированный переход на различные географические и другие сегменты рынка (с последующим возвратом)*
- *применение гибких цен*

125. Производственная фирма “Мелодия”, занимающаяся грамзаписью, открывая фирменные магазины, использует стратегию

- *интеграции вперед*

[тест 23](#) | [тест 24](#) | [тест 25](#) | [тест 26](#) | [тест 27](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 26

126. Производственная фирма “Большевичка”, выпускающая мужские костюмы, открывая фирменные магазины, использует стратегию

- интеграции вперед

127. Из перечисленных маркетинговых инструментов, стратегия противодействующего маркетинга предполагает использование:

- антиреклама
- резкое повышение цен

128. Когда компания торгует в масштабах всей страны, в качестве модели организационно-управленческого обеспечения стратегического маркетинга она обычно применяет:

- зонально-функциональную

129. Сегментация рынка представляет собой процесс разделения рынка на отдельные группы

- покупателей

130. Из перечисленных типов маркетинговых стратегий поведения, российские предприятия главным образом используют:

- активно-рыночное конкурентное на растущих рынках
- активно-рыночное на зрелых рынках

[тест 24](#) | [тест 25](#) | [тест 26](#) | [тест 27](#) | [тест 28](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 27

131. Стратегия, предполагающая установление сравнительно низких цен на так называемый базовый продукт и сравнительно высоких — или даже элитарных — цен на так называемые сопутствующие (комплиментарные, взаимодополняемые) продукты, является стратегией

- “*мнимых цен*”

132. Стратегия, предполагающая пересмотр цен в связи с самыми незначительными изменениями в динамике факторов и элементов окружающей маркетинговой среды, является стратегией

- *скользящего (дискретного) ситуационного ценообразования*

133. Туристическая фирма, устанавливающая низкие цены на свои путевки, но затем предлагающая во время путешествия дорогостоящие экскурсии, использует стратегию

- “*мнимых цен*”

134. Компания применяет стратегию редуccionного маркетинга (демаркетинга) в тех ситуациях, когда рынок характеризуется наличием спроса

- *чрезмерного*

135. Из перечисленных стратегий, к стратегиям торгово-распределенной политики относятся:

- *стратегия массовой дистрибьюции*
- *стратегия прямой дистрибьюции*
- *стратегия селективной дистрибьюции*
- *стратегия эксклюзивной дистрибьюции*

[тест 25](#) | [тест 26](#) | [тест 27](#) | [тест 28](#) | [тест 29](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 28

136. Из перечисленных стратегий, к стратегиям условно-пассивного рыночного поведения относятся:

- зональная оборона
- позиционный маневр

137. Из перечисленных проблем повышения эффективности использования маркетинговых стратегий, характерными для российской экономики являются:

- отсутствие квалифицированных кадров
- приведение организационной структуры предприятия в соответствие с маркетинговыми целями
- придание стратегическим маркетинговым целям ведущей роли в наборе целей предприятия
- сложность систем раннего предупреждения

138. Из перечисленных этапов, процесс стратегического маркетингового планирования охватывает:

- анализ
- контроль
- планирование
- реализация

139. Если деревообрабатывающий комбинат обеспечивает первоначальное накопление максимально возможного объема запасов древесины и осуществляет повторный завоз только при условии относительно полного их исчерпания (израсходования), то он использует:

- интерактивную логистическую стратегию

140. Если в результате СВОТ-анализа компания выясняет, что она имеет равновеликие перспективы и опасности, то можно считать, что ее бизнес

- рискованный

[тест 26](#) | [тест 27](#) | [тест 28](#) | [тест 29](#) | [тест 30](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 29

141. Если магазин обеспечивает первоначальное накопление максимально возможного объема запасов кондитерских изделий и осуществляет повторный завоз только при условии относительно полного их исчерпания (израсходования), то он использует:

- *интерактивную логистическую стратегию*

142. Интерактивная логистическая стратегия приемлема, когда:

- *доставка товаров большими партиями позволяет пренебрегать сроками транспортировки*
- *доступность товаров ограничена временными рамками в связи с климатическими условиями*
- *субъекты логистики географически удалены друг от друга*

143. Основной характеристикой продуктовой номенклатуры, отражающей общее количество продуктов, предлагаемых к реализации, является:

- *длина*

144. Производственная фирма “Заря”, выпускающая обувь, открывая фирменные магазины, использует стратегию

- *интеграции вперед*

145. Из перечисленных стратегий, к стратегиям рыночно-конкурентного поведения относятся:

- *временный альянс*
- *позиционный маневр*
- *суплантация*

[тест 27](#) | [тест 28](#) | [тест 29](#) | [тест 30](#) | [тест 31](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 30

146. Число этапов разработки информационно-коммуникативной политики — ...

- *восемь*

147. Производственное объединение “Большевичка”, организова продажу выпускаемых им мужских костюмов через сеть собственных фирменных магазинов, использует стратегию

- *прямой дистрибуции*

148. Стратегия, предполагающая максимально возможную унификацию цен независимо от места и времени продажи, а также от специфики потребительских контактных аудиторий, является стратегией

- *эгалитарного ценообразования*

149. Если компания приобретает одно из предприятий поставщиков, то она применяет стратегию

- *интеграции назад*

150. Если фирма выясняет, что часть потребителей испытывает потребность в приобретении какой-то вещи (блага), которой еще не существует в форме конкретного товара (услуги), то она применяет стратегию

- *развивающего маркетинга*

[тест 28](#) | [тест 29](#) | [тест 30](#) | [тест 31](#) | [тест 32](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 31

151. Компания отрасли, обслуживающая небольшие сегменты, на которые остальные компании “смотрят сквозь пальцы” либо игнорируют, занимает позицию

- *компании, обслуживающей рыночную нишу*

152. Стратегия, предполагающая информационно-коммуникативное воздействие на максимально возможное количество контактных аудиторий, является стратегией

- *экстенсивного продвижения*

153. Если компания по производству мебели приобретает деревообрабатывающий комбинат, то она применяет стратегию

- *интеграции назад*

154. При разработке и реализации продуктовых маркетинговых стратегий к продукту как объекту восприятия контактными аудиториями, используется:

- *трехуровневый подход*

155. Авиакомпании, занимающиеся продажей сувениров, косметики, духов и т.д., используют стратегию

- *горизонтальной диверсификации*

[тест 29](#) | [тест 30](#) | [тест 31](#) | [тест 32](#) | [тест 33](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 32

156. Использование стратегии интермедиарной дистрибьюции целесообразно в случае, если:

- конъюнктура рынка характеризуется неустойчивостью, резкими перепадами цен
- рынок имеет "горизонтальную" структуру
- товар требует складской доработки

157. Стратегия, при которой компания применяет активные меры по защите своей текущей рыночной позиции, перемещая при этом центр внимания с текущей продукции в сторону более фундаментальных нужд потребителей, называется:

- мобильной обороной

158. Если рынок имеет "горизонтальную" структуру, товар реализуется в больших объемах и требует складской доработки, конъюнктура рынка характеризуется неустойчивостью, то целесообразно применение

- интермедиарной дистрибьюции

159. Компания, занимающая второе место в отрасли и ведущая ожесточенную борьбу за увеличение своей доли рынка, является:

- компанией-претендентом

160. Если продукт поступает на рынок в течение месяца, и объем его продаж растет незначительно, то этот этап жизненного цикла продукта называется:

- внедрение

[тест 30](#) | [тест 31](#) | [тест 32](#) | [тест 33](#) | [тест 34](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 33

161. Из перечисленных признаков, при сегментировании рынка по демографическим признакам используются:

- *возраст*
- *образование*
- *пол*

162. Стратегия, предполагающая взаимодействие производителя с одним (эксклюзивным) посредником при реализации продукта конечным потребителям, является стратегией

- *концентрированной дистрибуции*

163. Отели, занимающиеся продажей сувениров, косметики, предметов личной гигиены и т.д., используют стратегию

- *горизонтальной диверсификации*

164. Стратегия, при которой лидер, проявляя большую активность, наносит упреждающий удар, порожая конкурентов до того, как они предпримут свои действия, называется:

- *фронтальной обороной*

165. Стратегия, при которой компания удерживает занимаемую позицию, возводя вокруг своего рынка “фортификационные сооружения”, приспособливая свои товары к изменяющимся условиям, называется:

- *позиционным маневром*

[тест 31](#) | [тест 32](#) | [тест 33](#) | [тест 34](#) | [тест 35](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 34

166. Из перечисленных признаков, при сегментировании потребительского рынка используются:

- географические
- демографические
- поведенческие
- психографические

167. Из перечисленных элементов, в состав внешней окружающей маркетинговой среды входят:

- конкуренты
- посредники
- поставщики
- потребители

168. Если компания-производитель товаров приобретает розничное торговое предприятие, то она применяет стратегию

- интеграции вперед

169. Из перечисленных параметров, к рыночным параметрам товара относятся:

- конкурентоспособность
- цена

170. Если продукт поступает на рынок в течение длительного периода времени, и его продажа из года в год снижается, то этот этап жизненного цикла продукта называется:

- спад

[тест 32](#) | [тест 33](#) | [тест 34](#) | [тест 35](#) | [тест 36](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 35

171. Стратегия, при которой компания периодически делает небольшие “вылазки”, чтобы извести и деморализовать конкурента в надежде в конце концов утвердиться и обрести твердую почву под ногами, называется:

- партизанской войны

172. В матрице БКГ бизнес-области, которые в прошлом получили относительно большую долю рынка, но рост которых в настоящее время заметно замедлился, однако и области, обеспечивающие в настоящее время фирме достаточную прибыль, для того чтобы удерживать на рынке свои конкурентные позиции, определяются как:

- “дойные коровы”

173. Маркетинговая стратегия, которая предполагает, что компания-претендент предпринимает попытку превзойти конкурента во многих отношениях (по товарам, рекламе, ценам и системе распределения) является стратегией

- фронтальной атаки

174. Компания Polaroid, устанавливая сравнительно невысокие цены на свои фотокамеры и достаточно высокие цены на пленки к ним, использует стратегию

- “мнимых цен”

175. Из перечисленных случаев стратегия окружения хорошо срабатывает, когда товарный рынок состоит:

- из множества сегментов, различающихся по географическому признаку
- из множества сегментов, различающихся по запросам покупателей

[тест 33](#) | [тест 34](#) | [тест 35](#) | [тест 36](#) | [тест 37](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 36

176. Стратегия, предполагающая относительно равномерно распределенное во времени информационно-коммуникативное воздействие на контактные аудитории, является стратегией

- *суппортного продвижения*

177. Из перечисленных стратегий, обычно применяется(-ются) некоммерческими организациями:

- *стратегия контрмаркетинга*

178. Торговая фирма “Детский мир”, поглощая розничные торговые предприятия, реализующие детские товары, использует стратегию

- *горизонтальной интеграции*

179. Компания применяет стратегию противодействующего маркетинга (контрмаркетинга) в тех ситуациях, когда рынок характеризуется наличием спроса

- *иррационального*

180. Объекты стратегического маркетинга — это:

- *вся деятельность организации и отдельные элементы или направления этой деятельности*

[тест 34](#) | [тест 35](#) | [тест 36](#) | [тест 37](#) | [тест 38](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 37

181. Стратегия "быстрого проникновения на рынок" эффективна в тех случаях, когда:

- *потенциальные покупатели не знакомы с товаром и чувствительны к цене*
- *рынок велик*
- *существует опасность жестких встречных мер со стороны конкурентов*

182. Если продовольственный магазин предусматривает ежедневный завоз молочных продуктов, то он использует:

- *циклическую (когерентную) логистическую стратегию*

183. По отношению к товарам, спрос на которые может быть расценен как иррациональный с точки зрения благополучия потребителя, общества, используется стратегия:

- *контрмаркетинга*

184. Производитель, осуществляющий реализацию своих товаров через телемаркетинг, применяет стратегию

- *прямой дистрибуции*

185. Стратегия, предполагающая информационно-коммуникативное воздействие на одну или несколько приоритетных контактных аудиторий в течение сравнительно длительного периода времени, является стратегией

- *интенсивного (концентрированного) продвижения*

[тест 35](#) | [тест 36](#) | [тест 37](#) | [тест 38](#) | [тест 39](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 38

186. Широта как характеристика продуктовой номенклатуры, отражает:

- *общее количество ассортиментных групп*

187. Модель организационно-управленческого обеспечения стратегического маркетинга, при которой специалисты по маркетингу руководят разными видами маркетинговой деятельности и подчиняются вице-президенту по маркетингу, координирующему их работу, является:

- *линейно-функциональной*

188. Если продовольственный магазин предусматривает завоз колбасных изделий один раз в два дня, то он использует:

- *циклическую (когерентную) логистическую стратегию*

189. Жизненный цикл чрезвычайно популярного продукта со стабильным сбытом на протяжении долгого периода времени описывает:

- *классическая кривая*

190. Рестораны, занимающиеся продажей сувениров, косметики, духов и т.д., используют стратегию

- *горизонтальной диверсификации*

[тест 36](#) | [тест 37](#) | [тест 38](#) | [тест 39](#) | [тест 40](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 39

191. Стратегия, предусматривающая осуществление повторного завоза сравнительно небольшими партиями через относительно равные интервалы времени, является:

- *циклической (когерентной) логистической стратегией*

192. Из перечисленных компонентов, в формулу “4П” входят:

- *позиция на рынке*
- *продвижение*
- *продукт*
- *цена*

193. По специфике спроса в зависимости от потребительского поведения выделяют товары:

- *пассивного спроса*
- *повседневного спроса*
- *предварительного выбора*

194. Из перечисленных микропотенциалов, в состав бизнес-потенциала входят:

- *информационно-интеллектуальный*
- *коммуникационный*
- *маркетинговый*
- *материальных ресурсов*
- *общей безопасности*
- *организационно-управленческий*
- *производственно-технологический*
- *трудовой (кадровый)*
- *финансовый*
- *энергетических ресурсов*

195. Стратегия суппортного продвижения эффективна в тех случаях, когда:

- *потенциальные покупатели знают о продукте, но пока не готовы его приобрести*
- *потребительские свойства товара предполагают его повторное приобретение*

[тест 37](#) | [тест 38](#) | [тест 39](#) | [тест 40](#) | [тест 41](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ
Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!

Стратегический маркетинг. Тест 40

196. В матрице БКГ новые бизнес-области, занимающие относительно большую долю бурно растущего рынка, операции на котором приносят высокие прибыли, определяются как:

- “звезды”

197. Из перечисленных признаков, при сегментировании рынка по психографическим признакам используются:

- образ жизни
- общественные классы

198. Если компания по производству автомобилей приобретает предприятие, производящее комплектующие детали, то она применяет стратегию

- интеграции назад

199. Основной характеристикой продуктовой номенклатуры, отражающей ее однородность и взаимосвязанность, является:

- гармоничность

200. Из перечисленных элементов комплекса маркетинг-микс: 1) продукт; 2) _____; 3) продвижение; 4) позиция на рынке — пропущенным элементом является.

- цена

[тест 38](#) | [тест 39](#) | [тест 40](#) | [тест 41](#) | [тест 42](#)



Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 41

201. Мясокомбинат, открывающий торговые точки по продаже своей продукции, использует стратегию

- *интеграции вперед*

202. Если гостиница приобретает турагенство, то она применяет стратегию

- *интеграции вперед*

203. Компания, владеющая максимальной долей рынка отрасли, занимает позицию

- *лидера*

204. Если в результате SWOT-анализа компания выясняет, что она имеет плохие перспективы и неизбежные трудности, то можно считать, что ее бизнес

- *проблемный*

205. Стратегией активно-рыночного поведения является:

- *суплантация*

[тест 38](#) | [тест 39](#) | [тест 40](#) | [тест 41](#) | [тест 42](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**

Help Me Test

Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты

[Решение тестов](#) [Ответы на тесты](#) [Услуги](#) [Готовые работы](#) [Частые вопросы](#) [Контакты](#)

[Поиск по сайту](#)



215000
ОТВЕТОВ

**Нажми
и
Поиск-Кот
все найдет!**

Стратегический маркетинг. Тест 42

206. Стратегический маркетинг — это:

- *одна из концепций маркетинга*

207. Стратегия, предусматривающая существенное снижение цен как временную акцию, направленную на переориентацию (переключение внимания) потребительских аудиторий и, как следствие, улучшение рыночно-конкурентного положения, является стратегией

- *коммутативной редукции цен*

208. При чрезмерном спросе компания использует стратегию

- *демаркетинга*

[тест 38](#) | [тест 39](#) | [тест 40](#) | [тест 41](#) | [тест 42](#)



**Нажми
и
Решун-Кот
все пройдет!**