

## Тесты для самопроверки

**В тесте используются вопросы двух типов: 1) вопрос, где нужно выбрать правильный ответ; 2) вопрос, где нужно вставить ответ, состоящий из одного двух слов.**

**Обратите внимание на постановку вопроса, в вопросах первого типа, ответов может быть от 1 до 3 .**

1. Комплексная система организации деятельности предприятия, ориентированная на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли – это:
  - a) консалтинг
  - b) маркетинг
  - c) менеджмент
  - d) аутсорсинг
2. Основные принципы маркетинга ...
  - a) акцент на централизацию решений
  - b) единство и взаимосвязь тактики и стратегии маркетинга
  - c) контроль и аудит маркетинговой деятельности
  - d) исследование возможностей производства продукции
  - e) нацеленность на конечный и долговременный результат деятельности
3. Тип маркетинга, используемый при отсутствии спроса в случае безразличного отношения потенциальных покупателей к товару – это ...
  - a) конверсионный маркетинг
  - b) ремаркетинг
  - c) стимулирующий маркетинг
  - d) не стимулирующий маркетинг
  - e) пассивный маркетинг
4. Сбор информации по справочникам и статистической литературе. Это метод исследования ...
  - a) полевой
  - b) кабинетный
  - c) лабораторного эксперимента
  - d) фокус-группы
  - e) не является маркетинговым исследованием
5. Часть рынка, группа потребителей, товаров или предприятий, которые имеют некоторые общие признаки – это ...
6. Концентрированный маркетинг применяется, когда ...
  - a) дальнейший захват рынка ограничен
  - b) основные сегменты не насыщены
  - c) на рынке не сложилась конкурентная ситуация
  - d) необходимо дальнейшее проникновение на рынок с целью привлечения новых потребителей
  - e) захват рынка не ограничен
7. Определения маркетинга ...
  - a) деятельность, направленная на удовлетворение потребностей

- b) государственное управление производством и торговлей
  - c) финансовый и экономический потенциал предприятия
  - d) концепция управления, ориентированная на рынок, на потребителя
  - e) комплекс функций по организации рекламных кампаний
  - f) комплекс действий по исследованию рынка
8. Демографические признаки сегментации ...
- a) страна, провинция, муниципальный округ
  - b) пол, возраст
  - c) социальный слой, образ жизни
  - d) использование товара
  - e) фаза жизненного цикла семьи
9. Тип маркетинга, восстанавливающий спрос в результате творческого переосмысления ранее использовавшегося маркетингового подхода – это ...
- a) конверсионный маркетинг
  - b) ремаркетинг
  - c) стимулирующий маркетинг
  - d) не стимулирующий маркетинг
  - e) пассивный маркетинг
10. Система внутренней маркетинговой информации предназначена для ...
- a) предоставления текущей информации о деятельности предприятия
  - b) наблюдения за поведением человека с помощью приборов
  - c) быстрого получения результатов наблюдения
  - d) сбора и обработки информации из источников находящихся внутри исследуемого объекта
  - e) активного участия наблюдателя в изучаемом процессе
11. Признаки сегментации рынка потребительских товаров ...
- a) масштаб предприятия клиента и потенциал его роста
  - b) стиль жизни потребителя
  - c) централизация процесса покупки
  - d) характеристика специалиста принимающего решение о покупке
  - e) повод для совершения покупки
12. Затраты при дифференцированном маркетинге ...
- a) уменьшаются
  - b) находятся на постоянном уровне
  - c) увеличиваются
  - d) скачкообразно изменяются
13. Цели маркетинга ...
- a) достижение предприятием наиболее высокой прибыли без учета требований рынка
  - b) определение нужд и потребностей целевого рынка и наиболее эффективное их удовлетворение
  - c) реализация товара любым способом
  - d) ориентация на предвосхищение изменений ситуации и управление ими
  - e) сохранение или укрепление благополучия потребителя и общества в целом
14. Основной принцип маркетинга ...
- a) продавать то, что можно произвести

- b) расширять рынок сбыта
  - c) модернизировать продукцию
  - d) производить то, что можно продать
  - e) производить только новую продукцию
15. Нахождение способов временного или постоянного снижения спроса для ликвидации ряда отрицательных рыночных явлений – это ...
16. Кабинетные методы маркетинговых исследований – это ...
- a) выборочное наблюдение
  - b) сплошное наблюдение
  - c) анализ отчетов предыдущих исследований
  - d) телефонный опрос
  - e) проведение экспериментальной продажи товаров
17. Главные цели сегментации – это ...
- a) выбор признаков сегментации
  - b) определение цены товара
  - c) обеспечение адресности разрабатываемого, выпускаемого и реализуемого товара
  - d) ориентация маркетинговой деятельности на потребности потребителя
  - e) определение критериев оценки сегмента
18. Макросреда маркетинга – это ...
- a) силы, не влияющие на деятельность предприятия
  - b) культуру предприятия
  - c) внутренняя среда предприятия
  - d) демографические, экономические, научно-технические, природные, социально-культурные, политико-правовые факторы
19. Компания Jonson&Jonson, выпускающая шампунь для детей, с помощью интенсивной рекламы предлагает его и мамам. Используется стратегия ...
- a) развития рынка
  - b) вывода товара на рынок
  - c) разработки нового товара
  - d) модификации товара
  - e) перепозиционирования
20. Комплекс маркетинг - микс включает в себя...
- a) управление предприятием
  - b) товар, цена,
  - c) выбор условий реализации товара
  - d) совершенствование производства
  - e) анализ данных о спросе на товары
  - f) распределение, продвижение