

1. Какое место занимают банки по обращению к маркетингу в сфере услуг?
2. При организации маркетинговой деятельности для банковского продукта необходимо учитывать следующие специфические характеристики:
3. На этапе продвижения и сбыта банковской продукции (услуг) используются методы рекламы и стимулирования:
4. К базовому (первому) уровню банковского продукта относят:
5. К текущей номенклатуре услуг банковского продукта относят:
6. Пассивный маркетинг включает в себя:
7. «Ревизия имиджа» банка — это:
8. Маркетинговая деятельность имеет ступенчатый характер. 1-я СТУПЕНЬ включает такие категории как:
9. Маркетинговая деятельность имеет ступенчатый характер. 2-я СТУПЕНЬ включает такие категории как:
10. Предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю или пользователю. Это социальный процесс, с помощью которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги посредством их разработки, продвижения и реализации.
называется _____
11. Область системы маркетинговых коммуникаций, занимающаяся разработкой фирменного стиля, его элементов, формирование уникального имиджа фирмы, отличающего ее от конкурентов. _____
12. Определенный период (цикл) времени, отражающий основные этапы развития товара с момента его разработки до вывода с рынка; от него непосредственно зависит уровень прибыли продавца (продуцента) на каждом из этапов (стадий) цикла _____
13. Образ товара, сходство, отражение, представление о чем-либо. Социально-психологическое явление, тесно связанное с экономикой товарного рынка. И. товара ассоциируется с репутацией товара, товарной марки, предприятия и страны изготовителя. _____
14. Средства распространения рекламы, вся совокупность средств аудио-, теле - и визуальной коммуникации _____.
15. Средство публичной информации, бюллетень, предназначенный для газет, журналов, радио и телередакций, из которых они могут получить интересующую их информацию _____



16. Любая платная форма неличного предложения и представления идей, товаров и услуг от имени известного спонсора, Форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг на язык нужд и потребностей покупателей. _____
17. Разделение, разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или комплексы маркетинга. _____
18. Вид маркетинга, осуществление которого основано на использовании средств телекоммуникаций и сети Internet, позволяющим потенциальным потребителям осуществлять ускоренный поиск и покупку товаров и услуг на реальных и виртуальных рынках называется _____
19. Поступающие на рынок потребительские стоимости, которые преимущественно не приобретают овеществленные формы, вид деятельности или благ, который одна сторона может предложить другой. _____
20. Установите соответствие рекламного термина содержанию:
21. Установите соответствие термина содержанию операции или услуге, оказываемой банком:
22. Установите соответствие термина содержанию проводимой операции банком:
23. Процесс покупки услуги (продукта) физическим лицом выглядит в следующей последовательности:
24. Процесс принятия решения о выборе услуги продукта выглядит в следующей последовательности:
25. Подготовка и проведение маркетингового исследования предполагает реализацию следующих этапов общей процедуры в такой последовательности:

