

1. Входит ли в маркетинговый цикл маркетинговое исследование?
2. Считаете ли Вы, что маркетинговое исследование может ограничиться сбором и обработкой маркетинговой информации?
3. Определите порядок этапов плана маркетинговых исследований:
4. Чем в маркетинговом исследовании матричный принцип организации отличается от функционального?
5. В чем заключается отличие методологии формализованного маркетингового исследования от неформализованных методов исследования?
6. Чем обеспечивается достоверность маркетингового исследования?
7. К какому типу относится маркетинговое исследование, имеющее своей целью выявление и моделирование взаимосвязей с факторами окружающей среды данной фирмы?
8. Мониторинг в маркетинге - это:
9. Анкетирование - это:
10. Выберите одно из трех определений, которое по Вашему мнению, наиболее точно соответствует понятию маркетингового исследования?
11. Что представляет собой маркетинговая информация?
12. Что входит в понятие информационной культуры маркетинга?
13. Для маркетинговых целей были использованы материалы, опубликованные в статистическом сборнике. К какому виду информации относятся использованные данные?
14. Панель потребителей - это:
15. В чем заключается разница между открытым и закрытым вопросом? Открытый вопрос это:
16. Что такое контент-анализ? Он представляет собой:
17. Важным источником маркетинговой информации считается:
18. Небольшая группа людей, объединенная по определенным критериям, способности и интеллект которых на ограниченное время сконцентрированы на заданной теме - это:

19. Какой блок схема анкеты не включает:
20. Мозговой штурм - это:
21. Как Вы считаете, предметом маркетингового анализа является:
22. Объектом маркетингового анализа являются:
23. Чем отличается оперативный маркетинговый анализ от стратегического?
24. Что собой представляет конъюнктура рынка?
25. Что такое индикатор рынка?
26. Целью маркетингового анализа является:
27. Что такое стратегический анализ рынка?
28. Как определяется доля рынка?
29. Что собой представляет емкость рынка?
30. В чем проявляется сущность пропорциональности рынка?
31. Что собой представляет трендовая модель динамики рынка?
32. Как определить темп роста развития рынка?
33. Индекс физического объема товарооборота представляет собой:
34. В чем проявляется устойчивость развития рынка?
35. Прогнозирование рынка представляет собой:
36. Что такое тестирование рынка?
37. Сигнальная информация в рыночной деятельности это:
38. Как оценить надежность прогноза развития рынка?
39. Экстраполяция развития рынка представляет собой:
40. Сезонная волна в развитии рынка это:



41. Что собой представляют реакции рынка?
42. Что собой представляет фактор состояния/развития рынка?
43. Как изменяется спрос на потребительском рынке при изменении цен и доходов?
44. Что входит в понятие сегментации рынка?
45. Какие рыночные категории больше всего подвержены воздействию внешних факторов?
46. Эластичность может быть:
47. Какое определение Вы даёте коэффициенту эластичности спроса?
48. Коэффициент эластичности не может принимать значение:
49. Регрессионный анализ - это:
50. Что такое перекрестная эластичность спроса?
51. Конкурентный анализ - это:
52. Коэффициент конкурентоспособности - это:
53. Анализ неценовой конкуренции представляет собой:
54. К анализу коммерческого риска относится:
55. Лидером рынка является товар, доля которого составляет:
56. Модернизацией товара считается:
57. Анализ конкурентной роли товара включает:
58. Инновационная политика в конкурентном анализе представляет собой:
59. Анализ конкурентной среды - это:
60. Стратегическая матрица, ориентированная на выявление коммерческого риска, представляет собой:
61. Покупательское поведение - это:
62. Покупательское решение - это:



63. Потребность - это:

64. Потребительский суверенитет покупателя - это:

65. Анализ покупательского поведения направлен на установление:

66. К лояльным потребителям можно отнести:

67. Магазин продал жителю города N 0,5 кг. колбасы. Скажите, к какой форме торговли относится данная продажа:

68. Потребитель - это:

69. Что такое процесс признания товара?

70. К какому типу покупателей относятся лица, приобретающие товар-новинку по повышенной цене?

