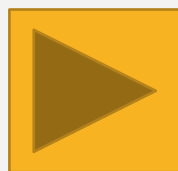




ИНТЕРАКТИВНАЯ ВИКТОРИНА

# МАРКЕТИНГ



**Глава 1. Рынок**  
социально-экономическая основа маркетинга,  
рыночная среда и функции маркетинга

100

200

300

400

**Глава 2. Планирование**  
стратегическое и оперативное

100

200

300

400

**Глава 3. Сегментация**  
и позиционирование товаров

100

200

300

400

**Глава 4. Формирование**  
товарной политики

100

200

300

400



?



+100

**Это сложное образование,  
имеющее множество  
закономерностей, правил  
рыночного взаимодействия,  
обеспечивающих обмен товара  
на деньги**



**ОТВЕТ**



# РЫНОК

**К ВЫБОРУ**



**X2**

**КОТ В  
МЕШКЕ**

**+200**

**ОТКРЫТЬ ВОПРОС**



**+200**

**Это комплексная система  
управленческой деятельности,  
направленная на удовлетворение  
общества в соответствии с  
покупательским спросом**



**ОТВЕТ**



# Маркетинг

К ВЫБОРУ



?



+300

**Рынок продавца — модель рынка, в которой главным действующим лицом является покупатель, в зависимости от вкусов и потребностей которого изменяются цены и ассортимент товаров, услуг?  
“Да” или “Нет”**



**ОТВЕТ**





**Нет**

**К ВЫБОРУ**



?



+400

**Спрос по формам образования  
включает следующие виды:**

- потенциальный (закрьгтый)**
- формирующийся**
- удовлетворенный**
- неудовлетворенный**



**ОТВЕТ**



**+ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ**  
**+ формирующийся**

**К ВЫБОРУ**



?



+100

**Это комплекс базовых решений,  
принципов, способностей  
руководства, направленных на  
достижение генеральной цели**



**ОТВЕТ**



# Стратегия

**К ВЫБОРУ**



**+200**

**Какая способность обеспечивать покупателя уникальными и высококачественными товарами с особыми потребительскими свойствами?**



**ОТВЕТ**



# Дифференциация

**К ВЫБОРУ**



?



+300

**Маркетинговая стратегическая матрица — это модель оценки выбора конкретной стратегии с учетом механизма рыночного взаимодействия?  
“Да” или “Нет”**



**ОТВЕТ**





**Нет**

**К ВЫБОРУ**



?



+400

**Что предполагает конкурентная  
стратегия постоянного  
наступления?**



**ОТВЕТ**



**Использование маркетинговых усилий на регулярной основе в области ценовой, товарной и инновационной политики для поддержания конкурентных преимуществ.**

**К ВЫБОРУ**



?



+100

**Это система мер по обеспечению конкурентоспособного положения товара на избранном рынке**



**ОТВЕТ**



# ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА

**К ВЫБОРУ**



**+200**

**Это его преимущества над товарами-конкурентами по техническим, эргономическим и эстетическим параметрам, по цене потребления и социально-организационным параметрам**



**ОТВЕТ**



# Конкурентоспособность товара

**К ВЫБОРУ**



?



+300

**К факторам, контролируемым маркетингом, относятся:**

- **потребители**
- **товар**
- **технология**
- **конкуренты**
- **ценообразование**



**ОТВЕТ**





**+Товар**  
**+ценообразование**

**К ВЫБОРУ**



?



+400

**Какие факторы окружающей среды, относятся к не контролируемому маркетингу?**



**ОТВЕТ**



# Конкуренция и продвижение

**К ВЫБОРУ**



?



+100

**Как называется система, которая обеспечивает доставку товара к местам продажи в точно определенное время и с максимально высоким уровнем обслуживания покупателей?**



**ОТВЕТ**



# Товародвижением

[К ВЫБОРУ](#)



**+200**

**Это совокупность организаций или лиц, способствующих перемещению товара к потребителю**



**ОТВЕТ**



# Канал распределения

К ВЫБОРУ



?



+300

**Это всё возможности приспособления  
к условиям рыночной конкуренции**



**ОТВЕТ**





# Конкурентоспособность фирмы

**К ВЫБОРУ**



**+400**

**Какую цель товародвижения  
ставят многие фирмы?**



**ОТВЕТ**



**Обеспечение доставки  
товаров в нужные места,  
в нужное время с  
минимумом издержек**

**К ВЫБОРУ**