



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