

МАРКЕТИНГ

1. "4Ps" у контексті маркетингової діяльності фірми - це
2. В загальному цілі маркетингу можна звести до основних напрямів?
3. Відзначте способи одержання первинної інформації
4. Впровадження нових послуг на ринок необхідно здійснювати
5. Гарантією високоякісного, результативного дослідження є сукупність таких трьох елементів
6. Джерела внутрішньої вторинної інформації
7. Джерела зовнішньої вторинної інформації (опублікована інформація)
8. До основних елементів комплексу маркетингу належать
9. До основних елементів комплексу маркетингу належать
10. До основних методів польових досліджень належать
11. До рис сучасного маркетингу належать
12. До якого з наведених типів досліджень доцільніше застосувати поняття "спостереження"?
13. До завдань, що вирішуються за допомогою маркетингу, належать
14. Ефективні маркетингові дослідження вимагають
15. Залежно від геополітичних меж діяльності суб'єктів виділяються два типи маркетингу
16. Кабінетні дослідження - це
17. Канали розподілу (збуту) - це
18. Комплекс маркетингу "4Ps" визначає комбінацію таких елементів як
19. Контактні аудиторії - це
20. Концепція маркетингу
21. Концепція соціально-етичного маркетингу вимагає від суб'єктів ринку узгодженості таких факторів
22. Макромаркетинг - це
23. Макросередовище маркетингу фірми не визначають
24. Маркетинг за визначенням Американської асоціації маркетингу слід розглядати як
25. Маркетингова інформаційна система - це
26. Маркетингова інформаційна система формують допоміжні системи
27. Маркетингова інформація - це
28. Маркетингова концепція ґрунтується на таких засадах
29. Маркетингова можливість фірми - це
30. Маркетингові дослідження є доцільними для підприємств та закладів
31. Маркетингові комунікації можна визначити як
32. Маркетингові посередники - це
33. Мета системи маркетингу
34. Методи просування - це
35. Мікромаркетинг слід розглядати як
36. Мікросередовище підприємства утворюють
37. Місткість ринку - це
38. Місткість ринку будь-якого товару може вимірюватися
39. Модель ринку охоплює такі елементи як
40. Об'єктами маркетингу можуть бути
41. Основна мета політики розподілу - це

42. Основна перевага прямого продажу для споживача
43. Основними завданнями маркетингових комунікацій є
44. Паблік рілейшнз (зв'язки з громадськістю) - це
45. Передумовами виникнення маркетингу є
46. Передумови запровадження соціальної концепції маркетингу
47. Перший крок в алгоритмі процесу маркетингових досліджень - це
48. Планування в маркетинговій діяльності підприємства включає
49. Політика розподілу - це
50. Поняття "потреба"
51. Поняття "товар" може охоплювати
52. Причини, які спонукають купувати продукцію методом прямого продажу
53. Реклама - це
54. Сегментація ринку - це насамперед
55. Система збору зовнішньої поточної маркетингової інформації - це
56. Складові маркетингового середовища фірми - це
57. Соціологічне дослідження - це
58. Споживча цінність передбачає
59. Сучасні види маркетингу
60. Сучасні проблеми маркетингу пов'язані
61. Товарна марка - це
62. Товарний знак - це
63. У маркетингу принцип позиціонування товару передбачає
64. Упаковка виконує функцію
65. Цінова стратегія - це
66. Які із зазначених чинників можуть спонукати або навіть остаточно переконати керівництво створити відділ маркетингу в організації?