

TEST: 2314#02#Y15#01 500 Y

Test	2314#02#Y15#01 500 y
Fənn	2314 - Marketingdə məhsul siyasəti
Təsviri	[Təsviri]
Müəllif	Əhmədova T.
Testlərin vaxtı	10 dəqiqə
Suala vaxt	0 Saniyə
Növ	İmtahan
Maksimal faiz	500
Keçid balı	375 (75 %)
Suallardan	500
Bölmələr	11
Bölmələri qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Köçürməyə qadağa	<input checked="" type="checkbox"/>
Ancaq irəli	<input type="checkbox"/>
Son variant	<input type="checkbox"/>

BÖLMƏ: 0101

Ad	0101
Suallardan	23
Maksimal faiz	23
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: В основе взвешенной товарной политики предприятия лежит (Çəki: 1)

- взаимодействия участников рынка
- умелый учет потребительской стоимости и стоимости товара
- умелая организация работы посредников
- умелая организация производства товаров производственного назначения
- умелая организация производства

Sual: Товарная политика – это определенный набор действий, методов и принципов деятельности, благодаря которым обеспечивается формирование и управление (Çəki: 1)

- персоналом

- ассортиментом товаров
 - штата работников
 - климата
 - торгового механизма
-

Sual: Обновление продукции считается элементом товарной политики: (Ҷәкі: 1)

- предприятия
 - правительства
 - республики
 - страны]
 - поставщика
-

Sual: Модернизация и диверсификация продукции считается элементом товарной политики (Ҷәкі: 1)

- страны
 - предприятия
 - республики
 - правительства
 - снабженца
-

Sual: Снятие устаревшей продукции с производства считается элементом товарной политики (Ҷәкі: 1)

- страны
 - правительства
 - республики
 - предприятия
 - снабженца
-

Sual: Диверсификация продуктовой политики относится элементом товарной политики (Ҷәкі: 1)

- предприятия
 - правительства
 - республики
 - страны
 - снабженца
-

Sual: К экономическим характеристикам качества товара можно отнести следующие (Ҷәкі: 1)

- его трудоемкость, материалоемкость, рентабельность производства, себестоимость и др.
 - его трудоемкость, материалоемкость, рентабельность производства
 - его трудоемкость, материалоемкость, рентабельность производства, себестоимость
 - его трудоемкость, материалоемкость, рентабельность производства
 - его трудоемкость, материалоемкость
-

Sual: Формирование товарной политики составляет основу (Ўэкі: 1)

- научной деятельности
 - технологической деятельности
 - маркетинговой деятельности
 - логистики
 - транспортировки товаров
-

Sual: Регулирование товарной политики составляет основу (Ўэкі: 1)

- научной деятельности
 - технологической деятельности
 - маркетинговой деятельности
 - логистики
 - транспортировки товаров
-

Sual: Товар включает в себя (Ўэкі: 1)

- только продукт
 - только услугу
 - продукт, услугу или материальную ценность
 - только материальную ценность
 - ценность
-

Sual: Товар имеет ... стороны (стоимость) (Ўэкі: 1)

- 3
 - 4
 - 2
 - 5
 - 6
-

Sual: По оценке АМА (Американской Маркетинговая Ассоциация) имеется определение маркетинга свыше ... (Ўэкі: 1)

- 3000
 - 2500
 - 2000
 - 1500
 - 1000
-

Sual: Элементами товарной политики являются: (Ўэкі: 1)

- продуктовая политика; программно – ассортиментная политика; политика обслуживания покупателей; гарантийная и сервисная политика
- продуктовая политика; программно – ассортиментная политика; политика обслуживания; конъюнктура рынка
- конъюнктура рынка; спрос и предложение, номенклатура товаров
- программно – ассортиментная политика; политика обслуживания покупателей; ремонт оборудования
- выделение средств на расширение производства

Sual: Товарная политика имеет определенные: (Џәкі: 1)

- цели
 - цели и условия
 - лимиты и нормы
 - ресурсы
 - лимиты
-

Sual: Целями товарной политики являются: (Џәкі: 1)

- обеспечить преемственность решений и мер по оформлению оптимального ассортимента, адаптировать ассортиментный набор к требованиям рынка и др.
 - обеспечить преемственность решений и мер по оформлению оптимального ассортимента, адаптировать ассортиментный набор к требованиям рынка
 - преемственность решений и мер по оформлению ассортимента, поддерживать конкурентоспособность товаров на заданном уровне
 - регулирование взаимоотношений с поставщиками
 - регулирование взаимоотношения посредников
-

Sual: Условия разработки товарной политики предусматривает: (Џәкі: 1)

- оптимизация ассортимента
 - обновление ассортимента
 - четкое представление о целях производства и сбыта на перспективу, представление о своих возможностях и ресурсах и др.
 - представление о своих возможностях и ресурсах, нахождение для товаров перспективных сегментов
 - представление о целях производства и сбыта
-

Sual: В рамках осуществления товарной политики предусматривается: (Џәкі: 1)

- оптимизация ассортимента, обновление ассортимента, определение оптимального соотношения между новыми и устаревшими товарами предприятия и др.
 - оптимизация ассортимента, обновление ассортимента, определение оптимального соотношения между новыми и устаревшими оборудованиями предприятия
 - регулирование взаимоотношений с поставщиками
 - представление о целях производства и сбыта на перспективу, представление о своих возможностях и ресурсах
 - регулирование взаимоотношения посредников
-

Sual: К решению задач товарной политики необходим: (Џәкі: 1)

- оптимизация
 - обновление
 - стратегический подход
 - технический совет
 - стандартный подход
-

Sual: Производство продуктов труда как товары связано с возникновением: (Ҷәкі: 1)

- общественного разделения труда
 - международного разделения труда
 - рынка
 - международного рынка
 - черного рынка
-

Sual: Качество товара – (в том числе услуги) это - (Ҷәкі: 1)

- технический уровень (соответствие стандартам и нормативам) и потребительская полезность
 - технический уровень (соответствие стандартам и нормативам)
 - потребительская полезность (потребительские свойства товара)
 - потребительская полезность
 - внешний вид
-

Sual: Эргономические свойства обуславливают ... (Ҷәкі: 1)

- удобства и комфорт при использовании товара
 - удобства и комфорт
 - доходы предпринимателей
 - затраты поставщиков
 - увеличение объемов
-

Sual: Надежность – способность изделия ... (Ҷәкі: 1)

- сохранять свои основные свойства, бесперебойно работать в заданных режимах эксплуатации
 - сохранять свою форму и работать в заданных режимах эксплуатационный период
 - наличие стандартов
 - наличие технических условий
 - наличие соответствующих цветов
-

Sual: Согласно экономической энциклопедии товар – это (Ҷәкі: 1)

- продукт труда, предназначенный для обмена путем купли-продажи
 - продукт труда, произведенный для собственного потребления
 - продукт труда, для собственного потребления
 - результат труда, произведенный для собственного потребления
 - продукт, произведенный для собственного потребления
-

ВөҠмә: 0201

Ad	0201
Suallardan	65
Maksimal faiz	65
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>

Sual: Продукт + Поддержка + Инструменты = (Çəki: 1)

- рынок
 - товар
 - реализация
 - сбыт
 - доход
-

Sual: Продукт составная часть: (Çəki: 1)

- товара
 - товарной марки
 - рыночных отношений
 - производственных отношений
 - качества решений
-

Sual: Являются составляющими группы поддержки продукта (Çəki: 1)

- консервация, упаковка, хранение, инструкции, способ изготовления и др.
 - консервация, упаковка, хранение, сортировка
 - консервация, упаковка, хранение, инструкции, сортировка
 - консервация, упаковка, сортировка
 - упаковка, сортировка
-

Sual: Товар рассматривается как: (Çəki: 1)

- конкретный продукт и расширенный продукт
 - конкретный продукт и обычный продукт
 - расширенный продукт и обычный продукт
 - специальный продукт и обычный продукт
 - обычный продукт
-

Sual: Товар удобно рассматривать с точки зрения: (Çəki: 1)

- трех уровней
 - отдельных уровней
 - специального уровня
 - нескольких вариантов
 - нескольких уровней
-

Sual: Первый уровень товара называется (Çəki: 1)

- замысел товара
 - начальный уровень товара
 - проектирование
 - внедрение в производства
 - углубление
-

Sual: Второй уровень товара называется – (Џәкі: 1)

- товар в реальном исполнении
 - начальный уровень товара
 - проектирование
 - внедрение в производства
 - углубление
-

Sual: Третий уровень товара называется (Џәкі: 1)

- товар с подкреплением
 - замысел товара
 - проектирование
 - внедрение в производства
 - углубление
-

Sual: Имеется и дополнительный уровень товара – это (Џәкі: 1)

- товар для потребителя
 - замысел товара
 - проектирование
 - внедрение в производства
 - углубление
-

Sual: Что означает дополнительный четвертый уровень товара? (Џәкі: 1)

- объединяет три уровня плюс характеристики товара, обеспечивающие общественное признание потребителя, его имидж
 - объединяет три уровня плюс характеристики товара
 - характеризует товара, обеспечивающего общественное признание потребителя, его имидж
 - только объединяет три уровня
 - объединяет три уровня услуг
-

Sual: Товары классифицируются (Џәкі: 1)

- по различным признакам
 - по желанию
 - по усмотрению администрации
 - согласно инструкции
 - по решению рабочих
-

Sual: Считается товаром краткосрочного пользования- (Џәкі: 1)

- используемые один или несколько раз
 - используемые один раз
 - отличающиеся вредными свойствами для окружающей среды
 - отличающиеся способом транспортировки
 - отличающиеся способом хранения
-

Sual: По цели применения товары классифицируются на: (Џәкі: 1)

- потребительские товары и товары производственного назначения
 - потребительские товары и товары первой необходимости
 - товары производственного назначения и товары первой необходимости
 - товары первой необходимости и второстепенные товары
 - товары технического назначения и специальные товары
-

Sual: В зависимости от характера потребления выделяют товары: (Џәкі: 1)

- краткосрочного пользования, длительного пользования и услуги
 - краткосрочного пользования, длительного пользования
 - краткосрочного пользования и услуги
 - длительного пользования и услуги
 - краткосрочного пользования и специальные товары
-

Sual: Товары промышленного назначения делятся нагруппы (Џәкі: 1)

- три
 - две
 - шесть
 - пять
 - семь
-

Sual: Имеются следующие группы товаров промышленного назначения: (Џәкі: 1)

- материалы и детали, капитальное имущество, вспомогательные материалы и услуги
 - материалы и детали, капитальное имущество, вспомогательные материалы
 - материалы, капитальное имущество, вспомогательные материалы и услуги
 - материалы и детали, вспомогательные материалы и услуги
 - материалы, капитальное имущество, вспомогательные материалы
-

Sual: Капитальное имущество включает, товаров частично присутствующих в готовом изделии их обычно делят: (Џәкі: 1)

- на две подгруппы
 - на три группы
 - на четыре подгруппы
 - пять групп
 - не делят
-

Sual: Капитальное имущество обычно делят на стационарные сооружения и..... (Џәкі: 1)

- вспомогательное оборудование
 - заводы, фабрики
 - генераторы, подъемники
 - стационарные сооружения, заводы
 - технические приборы
-

Sual: Товары заменители – это взаимозаменяемые товары и услуги, (Ҷэкі: 1)

- для которых существует прямая связь между их ценой на один из них и спросом на другой
 - для которых существует прямая связь между их ценой и потребителями этих товаров
 - для которых не существует прямая связь между их ценой
 - неликвидные товары
 - услуги
-

Sual: Развитие товарного ассортимента считается важнейшей задачей ... (Ҷэкі: 1)

- предприятия
 - региона
 - общества
 - потребителей
 - рынка
-

Sual: Товарный ассортимент характеризуется: (Ҷэкі: 1)

- широтой, глубиной и сопоставимостью
 - широтой
 - глубиной и сопоставимостью
 - качеством
 - только длиной
-

Sual: Одно продуктовая марочная стратегия: (Ҷэкі: 1)

- предприятие выпускает различные товары, каждый из которых имеет индивидуальную марку
 -) предприятие выпускает различные товары, каждый из которых имеет несколько марок
 - предприятие выпускает специальный товар, который имеет индивидуальную марку
 - предприятие выпускает различные товары, которые не имеют марку
 - предприятие покупает различные товары, которые не имеют марку
-

Sual: Что означает «Зонтичная» марочная стратегия? (Ҷэкі: 1)

- одно и то же марочное название дается для различных вариантов продукта
 - выпускается различные товары, которые имеет несколько марок
 - выпускается специальный товар, который имеет индивидуальную марку
 - предприятие выпускает различные товары, которые не имеют марку
 - предприятие покупает различные товары, которые не имеют марку
-

Sual: Что означает много продуктовая марочная стратегия? (Ҷэкі: 1)

- одно наименование товарной марки используется для различных товаров
- выпускается различные товары, которые имеет несколько марок
- выпускается специальный товар, который имеет индивидуальную марку
- предприятие выпускает различные товары, которые не имеют марку
- предприятие покупает различные товары, которые не имеют марку

Sual: На каждом ассортименте один товар называется: (Ҷәкі: 1)

- ассортиментной позицией
 - номенклатурной позицией
 - пунктом
 - лотом
 - параграфом
-

Sual: Общепринятое определение товара – это продукт ... (Ҷәкі: 1)

- завода
 - общества
 - труда
 - концерна
 - треста
-

Sual: То, что принято называть товаром в общем смысле, в маркетинге называют ... (Ҷәкі: 1)

- спросом
 - предложением
 - продуктом
 - рекламой
 - сегментом
-

Sual: Товар по замыслу - один из уровней (Ҷәкі: 1)

- рекламы
 - дизайна
 - товара
 - сбыта
 - политики цен
-

Sual: Товар в реальном исполнении – один из уровней ... (Ҷәкі: 1)

- рекламы
 - дизайна
 - товара
 - сбыта
 - политики цен
-

Sual: Товар с подкреплением – один из уровней (Ҷәкі: 1)

- рекламы
 - дизайна
 - товара
 - сбыта
 - политики цен
-

Sual: Что означает товар по замыслу? (Ќәкі: 1)

- реальное исполнение
 - усиленный товар
 - функциональное назначение
 - технические условия
 - габариты товара
-

Sual: Используются инструменты маркетинга: (Ќәкі: 1)

- дизайн, грамотная реклама, налаженный сбыт, эффективное обслуживание, прочная связь с общественностью, гибкая политика цен
 - дизайн, грамотная реклама, налаженный сбыт, эффективное обслуживание, прочная связь с работниками
 - дизайн, грамотная реклама, налаженный сбыт, эффективное обслуживание
 - налаженный сбыт, эффективное обслуживание, прочная связь с работниками, гибкая политика цен и рыночная экономика
 - эффективное обслуживание, прочная связь с работниками, гибкая политика цен и рыночная экономика
-

Sual: В зависимости от цели применения товары подразделяются на: (Ќәкі: 1)

- товары, предназначенные для удовлетворения личных потребностей людей, т.е. потребительские товары
 - товары длительного пользования, предназначенные для удовлетворения личных потребностей
 - товары, отличающиеся экономическими показателями
 - товары, отличающиеся внутренним устройством
 - собственные товары
-

Sual: Считается товаром предварительного выбора - (Ќәкі: 1)

- товары, которые потребитель в процессе покупки, как правило, сравнивает между собой по различным свойствам
 - товары, оказывающие благоприятное влияние на окружающую среду
 - выбираются по желанию потребителей
 - все товары общего пользования
-

Sual: Товарная политика требует принятия согласующихся между собой решений, касающихся отдельных товарных единиц и ... (Ќәкі: 1)

- товарного ассортимента
 - специальных единиц
 - ассортиментов
 - отдельной номенклатуры
 - спецификации
-

Sual: Что означает стационарные сооружения?. (Ќәкі: 1)

- строения и стационарное оборудование
- строения
- стационарное оборудование

- только фабрики
 - только заводы
-

Sual: Вспомогательным оборудованьям относятся: (Ўэки: 1)

- движимое заводское оборудование
 - недвижимое имущество
 - недвижимое оборудование
 - комплектующие детали
 - сырье
-

Sual: Вспомогательные материалы - это (Ўэки: 1)

- рабочие материалы и материалы для технического обслуживания и ремонта
 - полуфабрикаты и материалы для технического обслуживания и ремонта
 - материалы полуфабрикаты и материалы для технического обслуживания
 - сырье и материалы для технического обслуживания
 - материалы для технического обслуживания
-

Sual: Товары заменители – это товары, выполняющие ту же функцию для той же группы потребителей, но ... (Ўэки: 1)

- основанные на другой технологии
 - и основанные на той же технологии
 - и основанные на той же технике
 - и основанные на другой технике
 - основанные на собственной технике
-

Sual: Взаимозаменяемые товары: (Ўэки: 1)

- масло и маргарин, куры и индейки
 - масло и сыр, куры и маргарин
 - куры и маргарин
 - мясо и маргарин
 - масло и шоколад
-

Sual: Фактически цены на товары – заменители определяют потолок цен, которые (Ўэки: 1)

- могут назначить фирмы, действующие на рынке
 - могут назначить фирмы, не действующие на рынке
 - назначить фирмы
 - не могут назначать фирмы
 - не существуют
-

Sual: Товарный ассортимент это определенная совокупность товаров различных видов и сортов, (Ўэки: 1)

- объединенных по какому – либо признаку
- объединенных по рентабельности
- объединенных по себестоимости

- однородных товаров
 - пока не существующих на рынке
-

Sual: Для совершенствования своей товарной политики предприятие должно учитывать: (Ҷәкі: 1)

- показатели развития товарного ассортимента
 - объем продукции
 - определенные условия
 - качество ассортиментов
 - определенные показатели
-

Sual: Важнейшей составной частью товарной политики являются: (Ҷәкі: 1)

- планирование, формирование и управление ассортиментом
 - производство, формирование и управление ассортиментом
 - производство, формирование и управление ассортиментом
 - планирование и управление ассортиментом
 - производство
-

Sual: Набор товаров, предлагаемых предприятием-изготовителем на рынке, называют: (Ҷәкі: 1)

- ассортиментом
 - продуктом
 - пакетом
 - портфелем
 - заказом
-

Sual: Имеются следующие названия марочной стратегии: (Ҷәкі: 1)

- индивидуальная, «зонтичная», много продуктовая
 - «зонтичная», много продуктовая, массовая
 - индивидуальная, «зонтичная»
 - «зонтичная», массовая
 - индивидуальная, массовая
-

Sual: Ассортиментная политика предполагает определение набора товарных групп.... (Ҷәкі: 1)

- наиболее предпочтительных для успешной работы
 - реализуемых на рынке
 - наиболее предпочтительных для экспорта
 - наиболее предпочтительных для импорта
 - местного назначения
-

Sual: «Трудные дети» или «кошки» - это: (Ҷәкі: 1)

- товары, только выходящие на рынок
- товары с большим спросом
- товары, дающие фирме существенные прибыли

- товары, уже не пользующиеся повышенным спросом
 - товары, снятые с производства
-

Sual: Что означает «Звезды»? (Ҷаќи: 1)

- товары с большим спросом
 - товары только выходящие на рынок
 - товары, дающие фирме существенные прибыли
 - товары, уже не пользующиеся повышенным спросом
 - товары, снятые с производства
-

Sual: Что означает «Дойные коровы»? (Ҷаќи: 1)

- товары, дающие фирме существенные прибыли
 - товары только выходящие на рынок
 - товары, не пользующиеся большим спросом
 - товары, уже не пользующиеся повышенным спросом
 - товары, снятые с производства
-

Sual: Что означает «Неудачники»? (Ҷаќи: 1)

- товары, уже не пользующиеся повышенным спросом
 - товары только выходящие на рынок
 - товары с большим спросом
 - товары, дающие фирме существенные прибыли
 - товары, пользующиеся большим спросом
-

Sual: Что означает «Кошки»? (Ҷаќи: 1)

- товары, только выходящие на рынок
 - товары с большим спросом
 - товары, дающие фирме существенные прибыли
 - товары, уже не пользующиеся повышенным спросом
 - товары, пользующиеся большим спросом
-

Sual: Что означает «Изгоняемые собаки»? (Ҷаќи: 1)

- товары, уже не пользующиеся повышенным спросом
 - товары только выходящие на рынок
 - товары с большим спросом
 - товары, дающие фирме существенные прибыли
 - товары, пользующиеся большим спросом
-

Sual: Что означает товарная номенклатура? (Ҷаќи: 1)

- совокупность всех ассортиментных групп и товарных единиц, предлагаемых конкретным предприятием
- совокупность товарных единиц, предлагаемых конкретным рынком
- совокупность ассортиментных групп и товарных единиц, предлагаемых конкретным посредником
- совокупность ассортиментных групп и товарных единиц, предлагаемых

конкретным агентом

- количество покупаемых товаров
-

Sual: Можно ли утверждать, что Ассортимент товаров = Товарная номенклатура (Ўэки: 1)

- правильно
 - не правильно
 - Ассортимент товаров = Товарная номенклатура + Артикул
 - Ассортимент товаров = Товарная номенклатура + Продукт
 - Ассортимент товаров = Товарная номенклатура + вкладыш
-

Sual: Для превращения продукта в товар (Ўэки: 1)

- не нужна поддержка
 - нужна краска
 - нужна поддержка
 - нужна сделка
 - необходимо производства
-

Sual: Характеристика товара в реальном исполнении (Ўэки: 1)

- свойства, сортировка
 - свойства, сортировка, перегруппировка
 - марочное название и упаковка, качество
 - внешнее оформление, вкладыш
 - акциз, сортировка
-

Sual: Что означает товар с подкреплением? (Ўэки: 1)

- товар в реальном исполнении
 - товар по замыслу
 - товар с дополнительными услугами и выгодами
 - не востребованный товар
 - неликвидный товар
-

Sual: Что означает экономические последствия решений по товару? (Ўэки: 1)

- затраты труда
 - выгоды работника
 - затраты и выгоды
 - только затраты
 - только выгоды
-

Sual: Услуги неосвязаемы – это значит, что их (Ўэки: 1)

- можно транспортировать, хранить, упаковывать
- не требуют
- нельзя транспортировать, хранить, упаковывать
- можно транспортировать, упаковывать
- не оплачивают

Sual: Капитальное имущество – это (Çəki: 1)

- товары, присутствующие в готовом изделии
 - материалы, присутствующие в готовом изделии
 - товары, частично присутствующие в готовом изделии
 - товары, присутствующие в технологическом процессе
 - вспомогательные материалы
-

Sual: Капитальное имущество обычно делят на подгруппы (Çəki: 1)

- 4
 - 6
 - 2
 - 5
 - 7
-

Sual: Является одной из подгрупп капитального имущества – это (Çəki: 1)

- обычные оборудования
 - станки
 - стационарные сооружения
 - установки
 - детали
-

Sual: Является одной из подгрупп капитального имущества – это (Çəki: 1)

- обычные оборудования
 - станки
 - вспомогательные оборудования
 - установки
 - детали
-

Sual: Вспомогательные материалы и услуги – это объекты, которые (Çəki: 1)

- присутствуют в готовом изделии
 - не присутствуют в полуфабрикate
 - не присутствуют в готовом изделии
 - присутствуют в изделии
 - присутствуют везде
-

Bölmə: 0301

Ad	0301
Suallardan	51
Maksimal faiz	51
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Тщательный учет и рациональное расходование имеющихся ресурсов (материальных, финансовых, трудовых и проч.) – это один из..... (Ҷәкі: 1)

- основных принципов маркетинга
 - основных принципов магазина
 - пунктов инструкции
 - основных принципов доставки товара
 - основных условий контракта
-

Sual: Активное воздействие на рынок и потребителей с целью формирования желаемого уровня спроса методами рекламы, товарной и ценовой политики – это один из: (Ҷәкі: 1)

- основных принципов маркетинга
 - основных принципов производства
 - принципов закона
 - основных принципов доставки товара
 - основных условий контракта
-

Sual: Комплексное изучение рынка (включая изучение и прогнозирование спроса) – это: (Ҷәкі: 1)

- одна из основных функций маркетинга
 - один из основных принципов менеджмента
 - один из принципов закона
 - один из основных принципов доставки товара
 - один основных условий контракта
-

Sual: Планирование товарного ассортимента – это: (Ҷәкі: 1)

- одна из основных функций маркетинга
 - один из основных принципов менеджмента
 - работа посредника
 - один из основных принципов доставки товара
 - один из основных условий контракта
-

Sual: Изменение энергетической ситуации предприятия влияет на..... (Ҷәкі: 1)

- поведение потребителей
 - прогноз экспертов
 - потребности людей
 - поведение посетителей магазина
 - прогноз погоды
-

Sual: Диверсификация предприятия как фактор, влияющий на..... (Ҷәкі: 1)

- поведение потребителей
- прогноз экспертов
- потребности людей
- поведение посетителей магазина

- прогноз погоды
-

Sual: Бенч маркетинг как..... (Ќәкі: 1)

- функция маркетинговых исследований
 - функция промышленного шпионажа
 - экономический шпионаж
 - желание потребителей
 - один из основных принципов доставки товара
-

Sual: Фактор, влияющий на поведение индивидуальных потребителей - (Ќәкі: 1)

- изменение масштабов предприятия
 - изменение доходности предприятия
 - возраст
 - диверсификация предприятия
 - изменение кадров предприятия
-

Sual: Фактор, влияющий на поведение индивидуальных потребителей - (Ќәкі: 1)

- изменение масштабов предприятия
 - изменение доходности предприятия
 - изменение образа жизни человека
 - диверсификация предприятия
 - изменение рабочего состава предприятия
-

Sual: Фактор, влияющий на поведение индивидуальных потребителей - (Ќәкі: 1)

- изменение масштабов предприятия
 - изменение доходности предприятия
 - мода
 - диверсификация предприятия
 - изменение рабочего состава предприятия
-

Sual: На покупку товара производственного назначения влияет - (Ќәкі: 1)

- возраст
 - мода
 - изменение масштабов предприятия
 - изменение образа жизни человека
 - семейное положение
-

Sual: На покупку товара производственного назначения влияет - (Ќәкі: 1)

- возраст
 - мода
 - изменение доходности предприятия
 - изменение образа жизни человека
 - семейное положение]
-

Sual: На покупку товара производственного назначения влияет - (Ҷақи: 1)

- возраст
 - мода
 - диверсификация предприятия
 - изменение образа жизни человека
 - семейное положение работника предприятия
-

Sual: На покупку товара производственного назначения влияет - (Ҷақи: 1)

- возраст
 - мода
 - изменение ситуации с рабочей силой
 - изменение образа жизни человека
 - состояние здоровья
-

Sual: Фактор, влияющий на покупку товара производственного назначения - (Ҷақи: 1)

- возраст
 - мода
 - изменение энергетической ситуации предприятия
 - изменение образа жизни человека
 - состояние здоровья
-

Sual: Фактор, влияющий на покупку товара производственного назначения - (Ҷақи: 1)

- возраст
 - мода
 - изменение внешней среды
 - изменение образа жизни человека
 - состояние здоровья
-

Sual: Фактор, влияющий на покупку товара производственного назначения - (Ҷақи: 1)

- возраст
 - мода
 - законодательные изменения
 - изменение образа жизни человека
 - состояние здоровья
-

Sual: Фактор, влияющий на покупку товара производственного назначения - (Ҷақи: 1)

- возраст
 - мода
 - научно-технический прогресс
 - изменение образа жизни человека
 - состояние здоровья
-

Sual: Основой типологии потребителей являются (Ҷәкі: 1)

- годовые исследования
 - квартальные обследования
 - панельные обследования
 - годовые обследования
 - полугодовые обследования
-

Sual: Консюмеризм ознаменовал переход от экономики (Ҷәкі: 1)

- потребителей к экономике производителей
 - монополистов к экономике конкурентной
 - производителей к экономике потребителей
 - планирования к экономике рыночной
 - производителей к экономике производителей
-

Sual: Казуальные цели – проверка гипотезы о наличии некоторой (Ҷәкі: 1)

- проблемы рынка
 - стратегии и тактики
 - причинно-следственной связи
 - проблемы на производстве
 - программы
-

Sual: Тестовые цели – отбор перспективных вариантов или оценка правильности (Ҷәкі: 1)

- решений
 - отношений
 - принятых решений
 - задуманных
 - идей
-

Sual: Прогнозные цели – предсказание состояния (Ҷәкі: 1)

- объекта в прошлом
 - спроса в настоящем
 - объекта в будущем
 - дел в прошлом
 - рынка в прошлом
-

Sual: Исследования собственными силами обходятся (Ҷәкі: 1)

- дороже, чем заказные
 - бесплатно
 - дешевле, чем заказные
 - дороже
 - неэкономно
-

Sual: Расположение отдела исследования маркетинга в рамках фирмы в

значительной степени зависит от ее ... (Ҷәкі: 1)

- структуры
 - технологической цепочки
 - организационной структуры
 - общей структуры
 - внешней среды
-

Sual: Исследования в области маркетинга могут быть разделены на две основные категории: (Ҷәкі: 1)

- платные и бесплатные
 - грамотные и профессиональные
 - постоянные и эпизодические
 - аналитические и технические
 - внешние и внутренние
-

Sual: Маркетинг – процесс, происходящий в постоянно изменяющихся условиях (Ҷәкі: 1)

- неэффективный
 - эпизодический
 - непрерывный
 - нежеланный
 - технический
-

Sual: Выпуск на рынок нового товара требует проведения (Ҷәкі: 1)

- обычного анализа
 - общих исследований
 - специальных исследований
 - технологических операций
 - экологических исследований
-

Sual: Наблюдение – наиболее простой метод сбора первичных данных, но дает обычно (Ҷәкі: 1)

- наиболее удовлетворительные ответы
 - наименее удовлетворительные оценки
 - наименее удовлетворительные результаты
 - наименее неудовлетворительные оценки
 - наиболее удовлетворительные ответы
-

Sual: Обязательным элементом исследования в маркетинге является изучение (Ҷәкі: 1)

- технологии товара
 - качество товара
 - потребителей
 - свойства товара
 - производителей
-

Sual: Мотивация и поведение потребителя постигаются с помощью (Ўэки: 1)

- разработок
 - техники
 - исследований
 - технологий
 - ремонта
-

Sual: На поведение потребителя оказывают влияние факторы (Ўэки: 1)

- особые
 - лояльные
 - различные
 - незаконные
 - случайные
-

Sual: Факторы, влияющие на поведение покупателя: (Ўэки: 1)

- дизайн товара, капитальное имущество
 - дизайн товара, перевооружение предприятия
 - соответствие продукта потребностям клиента, цена продукта, мнение о репутации предприятия, дизайне товара
 - дизайн товара, место на складе
 - дизайн товара, складское помещение
-

Sual: Факторы, влияющие на поведение покупателя: (Ўэки: 1)

- дизайн товара, капитальное имущество
 - доступность продукта, капитальное имущество
 - послепродажное обслуживание продукта, доступность продукта, возможности кредита, эффективность работы торгового персонала
 - послепродажное обслуживание продукта, складское помещение
 - дизайн товара, складское помещение
-

Sual: Задачи маркетолога: (Ўэки: 1)

- изучить потребности
 - понять потребности
 - все ответы правильно
 - спрогнозировать потребности
 - удовлетворить потребности
-

Sual: Маркетинговая разведка – это сбор конфиденциальной информации об изменении (Ўэки: 1)

- внутренней среды
 - внутренней среды фирмы
 - внешней среды маркетинга
 - внешней среды страны
 - внутренней среды завода
-

Sual: Бенчмаркетинг успешно зарекомендовал себя как способ оценки (Ўэкі: 1)

- посредника
 - тактики
 - стратегий работы
 - производителя
 - поставщика
-

Sual: Бенчмаркетинг успешно зарекомендовал себя как (Ўэкі: 1)

- способ оценки посредника
 - способ оценки тактики
 - способ оценки целей работы
 - способ оценки производителя
 - способ оценки поставщика
-

Sual: Маркетинговое исследование можно определить как систематический сбор, учет и анализ данных: (Ўэкі: 1)

- по маркетингу и маркетинговым проблемам в целях совершенствования качества процедур принятия решений
 - принятие решений и анализ данных по разным аспектам деятельности
 - принятие решений и анализ данных
 - по маркетингу и маркетинговым делам
-

Sual: Ценообразование – это: (Ўэкі: 1)

- одна из основных функций маркетинга
 - один из основных принципов менеджмента
 - один из принципов
 - один из основных принципов доставки товара
 - формирование условий работы
-

Sual: Организация товародвижения - есть..... (Ўэкі: 1)

- одной из основных функций маркетинга
 - один из основных принципов менеджмента
 - один из принципов
 - один из основных принципов реализации
 - один из основных условий работы
-

Sual: Формирование спроса и стимулирование сбыта – есть..... (Ўэкі: 1)

- одной из основных функций маркетинга
 - один из основных принципов менеджмента
 - один из принципов
 - один из основных принципов доставки товара
 - один из основных условий контракта
-

Sual: Планирование, управление и контроль маркетинговой деятельности – есть:

(Ҷаќи: 1)

- одной из основных функций маркетинга
 - один из принципов менеджмента
 - один из принципов маркетинг менеджмента
 - один из основных принципов доставки товара
 - один из основных условий контракта
-

Sual: Поисковые цели – сбор информации для предварительной оценки (Ҷаќи: 1)

- проблемы
 - ситуации
 - проблемы и ее структурирования
 - условия производства
 - культуры производства
-

Sual: Описательные цели – описание выбранных явлений, объектов исследования и факторов, оказывающих воздействие на их (Ҷаќи: 1)

- развитие
 - уровень
 - состояние
 - структуру
 - размер
-

Sual: Описательные цели – описание выбранных явлений, объектов исследования и факторов, оказывающих воздействие на их (Ҷаќи: 1)

- развитие
 - уровень
 - состояние
 - структуру
 - размер
-

Sual: Характер работы управляющего отделом исследования маркетинга зависит от: (Ҷаќи: 1)

- степени занятости
 - функции работы конкурентов
 - степени контроля, руководства сверху и др.
 - функции работы поставщиков
 - степени качества работы посредников
-

Sual: Характер работы управляющего отделом исследования маркетинга зависит от величины и функции (Ҷаќи: 1)

- маркетинга
- предприятия
- отдела
- комплекса
- продукта

Sual: Для получения данных при проведении любого научного исследования используется источники информации - (Çəki: 1)

- только первичные
 - только вторичные
 - первичные и вторичные
 - информации СМИ
 - конкурентов
-

Sual: Техника наблюдения в значительной степени определяется (Çəki: 1)

- квалификацией наблюдателя
 - объективностью наблюдателя
 - квалификацией и объективностью наблюдателя
 - только объективностью наблюдателя
 - только квалификацией наблюдателя
-

Sual: Бенч маркетинг основывается на лучшем опыте партнеров и конкурентов на (Çəki: 1)

- отраслевом совете
 - межотраслевом совете, отраслевом уровне
 - отраслевом уровне, национальном уровне и др.
 - отраслевом собрании
 - межнациональном собрании
-

Völmə: 0401

Ad	0401
Suallardan	91
Maksimal faiz	91
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Смысл концепции жизненного цикла товара заключается в том, что каждый товар имеет..... (Çəki: 1)

- неопределенный знак
 - период устойчивости
 - определенный период рыночной устойчивости
 - график устойчивости
 - месячный график выхода из рынка
-

Sual: Этап внедрения характеризуется тем, что торговля (Çəki: 1)

- всегда убыточна
- прекращается
- обычно убыточна

- обычно прекращается
 - запрещается
-

Sual: Этап внедрения характеризуется тем, что объем продаж (Ҷәкі: 1)

- значительный
 - всегда значительный
 - незначителен
 - всегда уменьшается
 - всегда растет
-

Sual: Этап внедрения характеризуется тем, что расходы на маркетинг (Ҷәкі: 1)

- меньше
 - обычно меньше
 - велики
 - всегда уменьшается
 - не нужны
-

Sual: В зависимости от стадии жизненного цикла товара применяют (Ҷәкі: 1)

- различную схему
 - специальную установку
 - различную маркетинговую тактику
 - специальный механизм внедрения
 - различные инструменты
-

Sual: Авангардисты представляют% от общего числа покупателей (Ҷәкі: 1)

- 1
 - 2
 - 10
 - 20
 - 4
-

Sual: «Раннее большинство» составляют.....% от общего числа покупателей (Ҷәкі: 1)

- 1
 - 2
 - 40
 - 20
 - 4
-

Sual: «Позднее большинство» составляют% от общего числа покупателей (Ҷәкі: 1)

- 1
- 2
- 45

- 20
 - 4
-

Sual: Консерваторы составляют% от общего числа покупателей (Ќәкі: 1)

- 1
 - 2
 - 5
 - 20
 - 4
-

Sual: Фирменные товары обычно ценятся на % дороже (Ќәкі: 1)

- 15
 - 25
 - 15-25
 - 25- 40
 - 30
-

Sual: На зарегистрированном товарном знаке обычно стоят буквы (Ќәкі: 1)

- только "R"
 - только "PM"
 - "R", "PM"
 - A и Б
 - Б и Е
-

Sual: Марка должна (Ќәкі: 1)

- отражать характер товара
 - отражать качество товара
 - все ответы правильно
 - легко запоминаться
 - легко произноситься
-

Sual: Марка должна быть..... (Ќәкі: 1)

- длинной
 - средней
 - краткой
 - крупной
 - огромной
-

Sual: Марка должна работать как (Ќәкі: 1)

- технические условия
 - образец товара
 - самостоятельный образ
 - не самостоятельный образ
 - образец продукта
-

Sual: Товарный знак представляет собой (Ҷэкі: 1)

- материальный актив
 - просто актив фирмы
 - нематериальный актив
 - баланс фирмы
 - бюджет фирмы
-

Sual: Завершение производственного процесса относится к функциям (Ҷэкі: 1)

- ассортимента
 - номенклатуры
 - упаковки
 - марки
 - товара
-

Sual: Товары производителя должны иметь упаковку (Ҷэкі: 1)

- разнообразно оформленную
 - оформленную
 - единообразно оформленную
 - круглую
 - квадратную
-

Sual: Упаковка (Ҷэкі: 1)

- должна меняться часто
 - меняется раз в месяц
 - не должна меняться слишком часто
 - меняется ежеквартально
 - должна меняться каждую неделю
-

Sual: При выработке концепций товара главное внимание следует уделять..... (Ҷэкі: 1)

- производственным проблемам
 - социальным проблемам
 - прогнозированию спроса
 - прогнозированию цены
 - проектированию товара
-

Sual: Функциональные испытания должны подтвердить (Ҷэкі: 1)

- регистрацию товара
 - регистрацию клиента
 - надежность товара
 - договора на поставку
 - контракта
-

Sual: Способ тестирования новых товаров широкого потребления – это создание ...

(Ҷаќи: 1)

- рынка покупателя
 - рынка продавца
 - пробного рынка
 - широкого рынка
 - длинного рынка
-

Sual: Процесс принятия нового товара происходит (Ҷаќи: 1)

- моментально
 - медленно
 - в сознании потребителя
 - в сознании продавца
 - в конце работы
-

Sual: Слово «новый» в русском языке.... (Ҷаќи: 1)

- однозначно
 - к товарам не относится
 - многозначно
 - не используется
 - синоним товара
-

Sual: Имеется не менее трактовок «новый товар» (Ҷаќи: 1)

- 4
 - 10
 - 50
 - 6
 - 16
-

Sual: Малообоснован подход, с которым товар считается новым, если его приобрело менее% потенциальных потребителей (Ҷаќи: 1)

- 20
 - 10]
 - 50
 - 30
 - 40
-

Sual: Новым изделием можно считать такое серийное или массовое изделие, производство которого впервые освоено (Ҷаќи: 1)

- потребителем
 - продавцом
 - предприятием
 - наукой
 - обществом
-

Sual: Производитель товаров, имеющих большие преимущества перед

аналогичными продуктами, добивается успеха в % случаев (Ҷәкі: 1)

- 10
 - 20
 - 98
 - 88
 - 78
-

Sual: Производитель товаров со средними преимуществами добивается успеха в ... случаев (Ҷәкі: 1)

- 90
 - 80
 - 58
 - 78
 - 68
-

Sual: Производитель товаров с минимальными преимуществами добивается успеха в ... случаев (Ҷәкі: 1)

- 90
 - 80
 - 18
 - 78
 - 68
-

Sual: Товары незначительной новизны: (Ҷәкі: 1)

- до 20 %;
 - до 30 %;
 - до 40 %;
 - до 50 %.
 - более 20 %
-

Sual: Товары нового вида обладают новизной на уровне (Ҷәкі: 1)

- 21-70%;
 - 31 - 50 %;
 - 41 - 70 %;
 - 51 – 60 %.
 - 30 %
-

Sual: Качественно новые товары имеют новизну: (Ҷәкі: 1)

- 71 - 100%;
 - 31 - 100 %;
 - 41 - 100 %;
 - 51 – 100 %.
 - 60 %
-

Sual: «Раннее большинство» ориентируется на поведение авангардистов - это

(Ҷаќи: 1)

- один из типов в классификации потребителей
 - эксперты
 - позднее большинство
 - группа продавцов
 - группа снабженцев предприятия
-

Sual: «Позднее большинство» ориентируется на восприятие товаров представителями других групп - это: (Ҷаќи: 1)

- один из типов в классификации потребителей
 - новаторы
 - раннее большинство
 - группа продавцов
 - группа снабженцев предприятия
-

Sual: Консерваторы – ориентируются на собственное мнение- это: (Ҷаќи: 1)

- один из типов в классификации потребителей
 - новаторы]
 - раннее большинство
 - позднее большинство
 - авангардисты
-

Sual: Производитель, имеющий более качественный товар, чем аналогичные товары конкурентов, добивается успеха в случаях: (Ҷаќи: 1)

- 98 %
 - 68 %
 - 78 %
 - 88 %
 - 58%
-

Sual: Продавец товаров, со средними преимуществами, добивается успеха в случаях: (Ҷаќи: 1)

- 58 %
 - 68 %
 - 78 %
 - 88 %
 - 98%
-

Sual: Продавец товаров, с минимальными преимуществами, добивается успеха в случаях: (Ҷаќи: 1)

- 18 %
 - 28 %
 - 38 %
 - 48 %
 - 58%
-

Sual: Фирменные товары обычно ценятся на: (Ҷаќи: 1)

- 15 – 25 % дороже
 - 3 – 5 % дороже
 - 10 – 15 % дороже
 - 10 – 15 % дешевле
 - 2% дешевле
-

Sual: Разработанное «Зеркало нового товара» отражает: (Ҷаќи: 1)

- цели, стратегия, политика предприятия
 - обзор экономических новостей
 - расширение рынка
 - обзор политических новостей
 - сокращение рынка
-

Sual: Первая процедура разработки нового товара, осуществленная по алгоритму: (Ҷаќи: 1)

- поиск и отбор идей новых товаров
 - определение нового товара
 - разработка товара
 - поиск спонсоров
 - формирование бюджета
-

Sual: Торговля обычно убыточна при стадии ... (Ҷаќи: 1)

- внедрения жизненного цикла товара
 - зрелости жизненного цикла товара
 - насыщения жизненного цикла товара
 - расширения производства
 - разработки товара
-

Sual: Приоритетом для предприятия является реализация товара рыночной новизны способного удовлетворить: (Ҷаќи: 1)

- новую потребность
 - желание конкурентов
 - обычную потребность
 - потребность конкурентов
 - потребность посредников
-

Sual: В классификации потребителей по скорости одобрения товара имеютсягруппы потребителей (Ҷаќи: 1)

- 4
 - 2
 - 10
 - 6
 - 8
-

Sual: Авангардисты – ориентируются на собственную интуицию, (Џәкі: 1)

- имеют достаточно высокий социальный статус
 - не имеют достаточно высокий социальный статус
 - а также на мнение других
 - имеют низкий социальный статус
 - имеют плохой вкус
-

Sual: Товарный знак – это один из видов промышленной собственности, закрепленных (Џәкі: 1)

- Парижской конвенцией (1883 г.)
 - Пражской конвенцией (1893 г.)
 - Женевской конвенцией (1893 г.)
 - Парижской конвенцией (1784 г.)
 - Женевской конвенцией (1983 г.)
-

Sual: Можно отметить, что к элементам упаковки относятся: (Џәкі: 1)

- тара, этикетка, вкладыш
 - тара, этикетка, вкладыш, сырье
 - сырье, вспомогательные материалы
 - сырье, вспомогательные материалы, ярлык
 - сырье, вспомогательные материалы
-

Sual: Значимость новых товаров возрастает по мере повышения (Џәкі: 1)

- наукоёмкой производимой продукции
 - трудоемкости производимой продукции
 - трудоемкости использованной продукции
 - роста объемов производимых продукции
 - интереса к старым товарам
-

Sual: Процесс принятия нового товара происходит в сознании (Џәкі: 1)

- потребителя
 - руководителя
 - руководства
 - технолога
 - артиста]
-

Sual: Последователи новых товаров проходят через следующие этапы: (Џәкі: 1)

- знакомство; интерес; оценка; проба; принятие
 - принятие; знакомство; интерес; оценка; проба
 - принятие; знакомство; проба; интерес; оценка
 - принятие; интерес; оценка; проба; знакомство
 - принятие; интерес; оценка;
-

Sual: Известны трактовки понятия «новый товар»: (Џәкі: 1)

- не менее 50
 - более 50
 - не менее 30
 - не менее 40
 - более 60
-

Sual: По степени новизны имеются следующие товары (Ўэкі: 1)

- товары повседневного спроса, товары производственно – технического назначения
 - товары незначительной новизны, товары нового вида, качественно новые товары
 - обновленные товары, стандартизированные товары
 - товары незначительной новизны, товары нового вида, стандартизированные товары
 - особые, обновленные товары
-

Sual: Разработанное «Зеркало нового товара» отражает: (Ўэкі: 1)

- цели, стратегия, политика предприятия
 - обзор экономических новостей
 - расширение рынка
 - обзор политических новостей
 - сокращение рынка
-

Sual: Разработанное «Зеркало нового товара» отражает: (Ўэкі: 1)

- рыночные критерии
 - обзор экономических новостей
 - расширение рынка
 - обзор политических новостей
 - сокращение рынка
-

Sual: Разработанное «Зеркало нового товара» отражает: (Ўэкі: 1)

- научно-технические критерии
 - обзор экономических новостей
 - расширение рынка
 - обзор политических новостей
 - сокращение рынка
-

Sual: Разработанное «Зеркало нового товара» отражает: (Ўэкі: 1)

- финансовые критерии
 - обзор экономических новостей
 - расширение рынка
 - обзор политических новостей.
 - сокращение рынка
-

Sual: Разработанное «Зеркало нового товара» отражает: (Ўэкі: 1)

- производственные критерии
 - обзор экономических новостей
 - расширение рынка
 - обзор политических новостей
 - сокращение рынка
-

Sual: Разработанное «зеркало нового товара» отражает: (Ҷәкі: 1)

- экологические критерии
 - обзор экономических новостей
 - расширение рынка
 - обзор политических новостей
 - сокращение рынка
-

Sual: В соответствии стадии жизненного цикла товара применяют (Ҷәкі: 1)

- различную маркетинговую тактику
 - одинаковую маркетинговую тактику
 - различную маркетинговую схему
 - одинаковую маркетинговую программу
 - одинаковые средства
-

Sual: При разработке маркетинговых стратегий используется классификация с учетом (Ҷәкі: 1)

- жизненного цикла товара
 - роста жизненного цикла
 - мнения покупателей
 - мнения разработчиков
 - финансов
-

Sual: Один из видов товара в классификации с учетом жизненного цикла: (Ҷәкі: 1)

- новые товары
 - товары повседневного спроса
 - товары длительного пользования
 - товары производственного назначения
 - товар бывшем в употреблении
-

Sual: Один из видов товара в классификации с учетом жизненного цикла: (Ҷәкі: 1)

- модифицированная продукция
 - товары повседневного спроса
 - товары длительного пользования
 - товары производственного назначения
 - товар бывшем в употреблении
-

Sual: Один из видов товара в классификации с учетом жизненного цикла: (Ҷәкі: 1)

- «новшества вчерашнего дня»

- товары повседневного спроса
 - товары длительного пользования
 - товары производственного назначения
 - товар бывшем в употреблении
-

Sual: Один из видов товара в классификации с учетом жизненного цикла: (Ҷәкі: 1)

- «вчерашние кормильцы»
 - товары повседневного спроса
 - товары длительного пользования
 - товары производственного назначения
 - товар бывшем в употреблении
-

Sual: Один из вид товара в классификации с учетом жизненного цикла: (Ҷәкі: 1)

- «провалившаяся» продукция
 - товары повседневного спроса
 - товары длительного пользования
 - [товары производственного назначения
 - товар бывшем в употреблении
-

Sual: Приоритетом для предприятия является реализация товара рыночной новизны способного удовлетворить: (Ҷәкі: 1)

- обычную потребность более качественным товаром
 - желание конкурентов
 - обычную потребность
 - потребность конкурентов
 - потребность посредников
-

Sual: Рыночная новизна – это и новая упаковка уже известных ... (Ҷәкі: 1)

- товаров
 - инструментов
 - оборудования
 - запчастей
 - материалов
-

Sual: Улучшение качественных показателей считается: (Ҷәкі: 1)

- одним из видов обновления продукции
 - размер упаковки
 - вес упаковки
 - состав продуктов в товаре
 - диверсификацией
-

Sual: Повышение эксплуатационных свойств товаров считается: (Ҷәкі: 1)

- одним из видов обновления продукции
- размер упаковки

- вес упаковки
 - состав продуктов в товаре
 - диверсификацией
-

Sual: Создание больших удобств потребителю при использовании товара считается: (Ўэкі: 1)

- одним из видов обновления продукции
 - основное оборудование, вспомогательное, узлы и агрегаты, основные материалы
 - основное и вспомогательное оборудования
 - состав продуктов в товаре
 - диверсификацией
-

Sual: Изменение внешнего вида товара считается: (Ўэкі: 1)

- одним из видов обновления продукции
 - основное оборудование, вспомогательное, узлы и агрегаты, основные материалы
 - основное и вспомогательное оборудования
 - состав продуктов в товаре
 - диверсификацией
-

Sual: Авангардисты – это потребители, которые ориентируются на: (Ўэкі: 1)

- собственную интуицию, имеют достаточно высокий социальный статус, пользуются информацией из различных источников
 - собственную интуицию и не имеют достаточно высокий социальный статус, пользуются информацией различных агентств
 - мнение других и не имеют достаточно высокий социальный статус
 - мнение других и имеют достаточно высокий социальный статус
 - друзей по работе
-

Sual: Авангардисты – пользуются информацией, (Ўэкі: 1)

- малочувствительны к изменениям цен
 - чувствительны к изменениям цен
 - ориентируются на мнение других
 - ориентируются на мнение других и имеют достаточно высокий социальный статус
 - имеют низкий социальный статус
-

Sual: К важнейшим критериям ценности товара потребитель, как показывает практика, относит: (Ўэкі: 1)

- наличие марки, упаковки товара, сервисного обслуживания
 - наличие марки, упаковки товара, артикул, ассортимент
 - упаковки товара, сервисного обслуживания
 - наличие марки, упаковки товара, ассортимент
 - артикул, ассортимент
-

Sual: Марка (товарная, торговая, фирменная) – это (Џәкі: 1)

- имя, образ, знак, символ, рисунок или их комбинация
 - образ, знак, символ, рисунок, объединение товаров
 - образ, символ, рисунок или комбинация товаров
 - образ, знак, символ, рисунок или комбинация товаров
 - имя, символ, объединение товаров
-

Sual: Марка – это (Џәкі: 1)

- в целом или ее часть, обеспеченная правовой защитой представляет собой товарный знак и становится предметом правового регулирования
 - в целом или ее часть, обеспеченная правовой защитой представляет собой товарный знак и не является предметом правового регулирования
 - имя, образ, знак, символ, рисунок или комбинация товаров
 - имя, образ, знак, символ, рисунок или комбинация товаров и не является предметом правового регулирования
 - имя, образ, знак качества
-

Sual: Можно отметить, что марка – это: (Џәкі: 1)

- средство идентификации и услуг, позволяющее различать товары, услуги, их производителей
 - товарный знак качества и не является предметом правового регулирования
 - имя, образ, знак качества, символ, рисунок или комбинация товаров
 - знак качества, символ, рисунок или комбинация товаров и не является предметом правового регулирования
 - знак качества, символ качества
-

Sual: Необходимо, чтобы упаковка содержала (Џәкі: 1)

- достаточную для потребителя информацию о товаре
 - достаточную для продавца информацию о потребителя
 - информацию о конъюнктуре рынка
 - информацию о конкурентах
 - сообщение
-

Sual: Как правило, различают (Џәкі: 1)

- два вида сервиса
 - три вида сервиса
 - четыре вида сервиса
 - пять видов сервиса
 - шесть видов сервиса
-

Sual: Предпродажный сервис – это (Џәкі: 1)

- консультирование, обучение персонала и др.
- рассмотрение жалоб потребителей
- рассмотрение заявлений потребителей
- рассмотрение предложений потребителей

- рассмотрение предложений конкурентов
-

Sual: Послепродажный сервис – это (Џәкі: 1)

- рассмотрение жалоб потребителей
 - консультирование, обучение персонала
 - рассмотрение заявлений потребителей
 - рассмотрение предложений потребителей
 - регистрация покупателя
-

Sual: Исходя из временного критерия, новым изделием можно считать такое изделие, производство которого: (Џәкі: 1)

- впервые освоено
 - началось в новом году
 - началось в новом месяце
 - еще не началось
 - началось в прошлом
-

Sual: Новым товаром можно считать новый продукт, поступивший на рынок и отличающийся от существующих товаров сходного назначения каким – либо изменением... (Џәкі: 1)

- потребительских свойств
 - условий
 - технологических процессов
 - характеристик
 - условий поставок
-

Sual: Новым предметом потребления следует считать новый товар, поступивший в сферу имеющий более высокий потребительский уровень качества (Џәкі: 1)

- потребления
 - влияния
 - производства
 - отрасли
 - конкуренции
-

Sual: Фирмы стремятся и производственных технологий (Џәкі: 1)

- сократить время разработки продукта
 - продлить время разработки продукта
 - сократить время нахождения на рынке
 - продлить время разработки производственных технологий
 - продлить время разработки
-

Sual: Фирмы стремятся сократить время разработки продукта и (Џәкі: 1)

- сократить время разработки производственных технологий
- продлить время разработки продукта
- сократить время нахождения на рынке

- продлить время разработки производственных технологий
 - продлить время разработки
-

Sual: Элемент маркетинговой политики имеющий наибольший эффект на стадии роста - (Џәкі: 1)

- реклама, снабжение
 - качество, обеспечение
 - реклама, качество и др.
 - снижение цены, обеспечение
 - улучшение сервиса, снабжение
-

Sual: Элемент маркетинговой политики имеющий наибольший эффект на стадии зрелости - (Џәкі: 1)

- качество, обеспечение
 - снабжение, интенсификация мероприятий
 - интенсификация мероприятий, снижение цены и др.
 - снабжение, снижение цены
 - улучшение сервиса, обеспечение
-

Sual: Элемент маркетинговой политики имеющий наибольший эффект на стадии насыщения - (Џәкі: 1)

- качество, обеспечение
 - ФОССТИС, снабжение
 - ФОССТИС, снижение цены, улучшение сервиса и др.
 - снабжение, снижение цены
 - улучшение сервиса, обеспечение
-

Sual: Функция упаковки - (Џәкі: 1)

- хранение товара, движение
 - информирование потребителя, передвижение
 - информирование потребителя, защита товара и др.
 - защита товара, передвижение
 - стимулирование спроса, транспортировка
-

Sual: Стадия механизма внедрения нового товара на рынок (Џәкі: 1)

- испытание
 - потребительские испытания
 - тестирование в рыночных условиях, функциональные испытания и др.
 - проверка, функциональные испытания, принятие товара
 - процесс принятия товара
-

Вӧлмә: 0501

Ad

0501

Suallardan

18

Sual: Планирование в маркетинге – это непрерывный (Çəki: 1)

- циклический процесс
- нециклический процесс;
- постоянный нециклический процесс
- временный нециклический процесс
- прием заявок

Sual: Цель планирования в маркетинге приведение возможностей фирмы в соответствие с возможностями – (Çəki: 1)

- рынка
- поставщиков
- партнеров
- экономики
- конкурентов

Sual: Проектирование поступлений от продаж основывается на следующих видах прогнозов объемы продаж по периодам, по продуктам и услугам, по группам.... (Çəki: 1)

- потребителей и долю рынка
- потребителей и долю сырья
- потребителей
- по продуктам
- по услугам

Sual: Схема разработки бюджета маркетинга – планирование на основе (Çəki: 1)

- показателей целевой прибыли
- показателей приборов
- технических параметров товара
- технических показателей товара
- технологии

Sual: При разработке бюджета маркетинга используется следующая схема - планирование на основе (Çəki: 1)

- оптимизации прибыли
- показателей приборов
- технических параметров товара
- технических показателей товара
- технологии

Sual: При прогнозировании объема продаж в будущем году, рассчитывается (Џәкі: 1)

- себестоимость товара
 - стоимость транспортировки
 - расходы на сырье
 - расходы на зарплату работников
 - прочность товара
-

Sual: Оптимизация прибыли требует от руководства фирмы осознания взаимосвязи между объемами продаж и различными составляющими (Џәкі: 1)

- комплекса маркетинга
 - комплекса производства
 - выпускаемого товара
 - реализуемого товара
 - стойкости товара
-

Sual: Маркетинговые стратегии называются (Џәкі: 1)

- «гражданскими» стратегиями
 - чужими стратегиями
 - «военными» стратегиями
 - невоенными стратегиями
 - мирными стратегиями
-

Sual: Оборонительная, или холдинговая стратегия предполагает сохранение фирмой имеющейся (Џәкі: 1)

- традиции
 - формы
 - рыночной доли
 - товарной новизны
 - ассортиментной новизны
-

Sual: Оборонительная, или холдинговая стратегия предполагает сохранение фирмой имеющейся (Џәкі: 1)

- традиции
 - формы
 - удержание своих позиций на рынке
 - товарной новизны
 - ассортиментной новизны
-

Sual: При выходе на рынок фирмы предпочитают идти..... (Џәкі: 1)

- от сложного к простому
- сложным путем
- от простого к сложному
- в одном направлении
- совместно с посредниками

Sual: Стратегическая линия расширения предпринимательской деятельности получила название стратегии (Ўэкі: 1)

- «северного луча»
 - дальновидности
 - «лазерного луча»
 - близорукости
 - новичка
-

Sual: Проектирование поступлений от продаж основывается на следующих видах прогнозов: (Ўэкі: 1)

- объемы продаж по периодам
 - объемы продаж по продуктам и услугам
 - все ответы правильно
 - объемы продаж по группам потребителей
 - доля рынка
-

Sual: Бюджет содержит основных графы (Ўэкі: 1)

- 2
 - 4
 - 3
 - 5
 - 6
-

Sual: Планирования объема выпускаемой и реализуемой продукции как (Ўэкі: 1)

- начальный этап формирования товарной политики предприятия
 - второй этап формирования товарной политики предприятия
 - третий этап формирования товарной политики предприятия
 - завершающий этап формирования товарной политики предприятия
 - средний этап товарной политики
-

Sual: Планирование в маркетинге – это непрерывный (Ўэкі: 1)

- циклический процесс
 - нециклический процесс;
 - постоянный нециклический процесс
 - временный нециклический процесс
 - прием заявок
-

Sual: Важно не только указать, но и подтвердить прогноз – (Ўэкі: 1)

- протоколами о намерениях, контрактами и др.
 - протоколами совещания, контрактами
 - действиями, протоколам о намерениях
 - протоколами совещания
 - фактами
-

Sual: Фирма может выбрать атакующую стратегию в случаях если- (Çәki: 1)

- доля на рынке выше необходимого минимума
- доля на рынке повысилась, осуществляет сокращение продажи
- доля на рынке резко сократилась, она выпускает на рынок новый товар и др.
- осуществляет сокращение продажи
- осуществляет сокращение производства

Bölmə: 0601

Ad 0601

Suallardan 36

Maksimal faiz 36

Sualları qarışdırmaq

Suallar təqdim etmək 100 %

Sual: Изучение конкурентоспособности реализуемого на рынке товара проводится: (Çәki: 1)

- непрерывно и систематически
- только непрерывно
- систематически
- регулярно
- еженедельно

Sual: Что означает двусторонняя монополия? (Çәki: 1)

- структура взаимосвязей, где единому потребителю противопоставляется единственный производитель
- структура, которая является конкурентной и рыночной
- огромное число обособленных потребителей и малое количество производителей, каждый из которых может удовлетворить значительную долю общего спроса
- большое число самостоятельных производителей однородного товара и множество обособленных потребителей данного товара
- монополия

Sual: Под конкурентоспособностью понимается преимущества товара на рынке, способствующие его успешной (Çәki: 1)

- продаже в условиях конкуренции
- продаже в условиях администрирования
- продаже в нормальных условиях
- реализации в сложных условиях.
- консервации

Sual: Качество товара – это (Çәki: 1)

- технический уровень и потребительская полезность
 - технический уровень и потребительская нужда
 - соответствие стандартам и потребительская нужда
 - не соответствие техническим условиям
 - потребительская нужда
-

Sual: Эргономические свойства обуславливают – (Ҷәкі: 1)

- удобства и комфорт при использовании товара]
 - цену покупки и эксплуатационные расходы продавца
 - расходы на электроэнергию
 - расходы на доставку товара
 - правильного ответа нет
-

Sual: Надежность товара в использовании (Ҷәкі: 1)

- обуславливается долговечностью, сохранностью, безотказностью, ремонтпригодностью и т. п.
 - определяет цену покупки и эксплуатационные расходы продавца в процессе изготовления данного товара
 - обуславливает расходы на электроэнергию
 - обуславливает расходы на доставку товара
 - обуславливает расходы на доставку сырья
-

Sual: Для детальной оценки конкурентоспособности товара используется индексный метод сравнения показателей изделия с (Ҷәкі: 1)

- изделием – образцом
 - качественным изделием
 - обычным изделием
 - массовым изделием
 - не качественным изделием
-

Sual: Функциональная конкуренция – это (Ҷәкі: 1)

- между производителями товаров, которые могут удовлетворить потребности различными способами
 - между производителями товаров, предназначенных для одной и той же цели, но различающиеся каким – то важным параметрам
 - между производителями идентичных товаров, различающихся лишь качеством
 - между производителями однородных товаров, которые предлагаются рынку по самым разнообразным ценам
 - олигополистическая конкуренция
-

Sual: Видовая конкуренция – это (Ҷәкі: 1)

- между производителями товаров, предназначенных для одной и той же цели, но различающиеся каким – то важным параметрам
- между производителями товаров, которые могут удовлетворить потребности различными способами
- между производителями идентичных товаров, различающихся лишь качеством

- между производителями однородных товаров, которые предлагаются рынку по самым разнообразным ценам
 - олигополистическая конкуренция
-

Sual: Предметная конкуренция – это (Ҷәкі: 1)

- между производителями идентичных товаров, различающихся лишь качеством
 - между производителями товаров, предназначенных для одной и той же цели, но различающиеся каким – то важным параметрам
 - между производителями товаров, которые могут удовлетворить потребности различными способами
 - между производителями однородных товаров, которые предлагаются рынку по самым разнообразным ценам
 - олигополистическая конкуренция
-

Sual: Ценовая конкуренция – это (Ҷәкі: 1)

- между производителями однородных товаров, которые предлагаются рынку по самым разнообразным ценам
 - между производителями товаров, которые могут удовлетворить потребности различными способами
 - между производителями товаров, предназначенных для одной и той же цели, но различающиеся каким – то важным параметрам
 - между производителями идентичных товаров, различающихся лишь качеством
 - олигополистическая конкуренция
-

Sual: Существует видов стратегии ценовой политики (Ҷәкі: 1)

- несколько
 - два
 - три
 - пять
 - четыре
-

Sual: Большое число самостоятельных производителей однородного товара и множество обособленных потребителей данного товара – это означает (Ҷәкі: 1)

- полиполия
 - монополия
 - олигополия
 - олигархия
 - монархия
-

Sual: Огромное число обособленных потребителей и малое количество производителей – это означает (Ҷәкі: 1)

- олигополия
- монополия спроса
- двусторонняя монополия
- монополия и олигархия

- монархия
-

Sual: Предусматривает единственного потребителя товара и множество производителей – (Џәкі: 1)

- монополия спроса
 полиполия
 олигополия
 олигархия
 монархия
-

Sual: «Сущность конкурентного поведения производителей составляло «честное» - без сговора – соперничество посредством ценового давления на конкурентов» - автор этого высказывания (Џәкі: 1)

- А. Смит
 Д. Риккардо
 М. Портер
 Ф. Котлер
 неизвестен
-

Sual: Модель конкурентных сил, позволяющая предприятиям знать, и умело использовать правила конкуренции - предложил ... (Џәкі: 1)

- М. Портер
 А. Смит
 Д. Риккардо
 Ф. Котлер
 неизвестный автор
-

Sual: Конкуренция среди действующих компаний направлена на достижение ими более выгодного положения на (Џәкі: 1)

- рынке
 заводе
 производстве
 фабрике
 поле
-

Sual: Планирование и детальный анализ конкурентоспособности товара (Џәкі: 1)

- не позволяет принимать маркетинговые решения
 не позволяет принимать кадровые решения
 позволяет принимать маркетинговые решения
 позволяет решить нехватку специалистов
 не дают эффекта
-

Sual: Функциональные свойства определяет соответствие предмета потребления его ... (Џәкі: 1)

- косвенному назначению
 - не прямому назначению
 - виду
 - целевому назначению
 - сорту
-

Sual: Социальное назначение характеризует соответствие свойств товара потребностям (Џәкі: 1)

- только индивидуума
 - предприятия
 - различных групп населения
 - завода
 - фабрики
-

Sual: Эргономические свойства обуславливают удобства комфорт при использовании товара, оптимизацию физической и психической нагрузки человека в момент (Џәкі: 1)

- прием - сдачи
 - покупки
 - эксплуатации изделия
 - совершения покупки
 - эксперимента
-

Sual: Угрозе появления новых товаров (товаров – субституты) следует противопоставить постоянный поиск и (Џәкі: 1)

- реализацию товара
 - находки новых элементов
 - реализацию идей товаров «рыночной новизны»
 - реализацию товаров «рыночной новизны»
 - ухищрение
-

Sual: Один из видов конкуренции - видовая конкуренция – ... (Џәкі: 1)

- конкуренция между производителями товаров, предназначенных для одной и той же цели, но различающиеся каким – то важным параметром
 - конкуренция между производителями товаров, предназначенных для разной цели и различающиеся каким – то важным параметром
 - отношения между производителями либо поставщиками, борющимися за одну и ту же клиентуру
 - отношения между производителями товаров, которые могут удовлетворить потребности одинаковыми способами
 - отношения между работниками, которые могут удовлетворить потребности одинаковыми способами
-

Sual: Поли поля означает- (Џәкі: 1)

- большое число самостоятельных производителей однородного товара и множество обособленных потребителей данного товара

- огромное число потребителей и малое количество производителей, каждый из которых может удовлетворить долю общего спроса
 - единственный потребитель товара и множество самостоятельных производителей
 - большое число самостоятельных производителей однородного товара
 - малое число самостоятельных производителей однородного товара
-

Sual: Олигополия означает- (Ҷәкі: 1)

- огромное число обособленных потребителей и малое количество производителей, каждый из которых может удовлетворить значительную долю общего спроса
 - большое число самостоятельных производителей однородного товара и множество обособленных потребителей данного товара
 - единственный потребитель товара и множество самостоятельных производителей
 - огромное число обособленных потребителей
 - единственный потребитель и несколько не самостоятельных производителей
-

Sual: Монополия спроса диктует ... (Ҷәкі: 1)

- единственного потребителя товара и множество самостоятельных производителей
 - огромного числа обособленных потребителей и малого количества производителей, каждый из которых может удовлетворить значительную долю общего спроса
 - большого числа самостоятельных производителей однородного товара и множества обособленных потребителей данного товара
 - единственного потребителя товара
 - большого числа самостоятельных производителей
-

Sual: Что означает конкурентное преимущество? (Ҷәкі: 1)

- те характеристики рыночной деятельности предприятия, которые создают определенное превосходство над конкурентами
 - характеристики рыночной деятельности предприятия, которые создают определенные трудности
 - превосходство в численности
 - огромное число обособленных потребителей
 - характеристики рыночной деятельности предприятия
-

Sual: Затраты потребителя – это (Ҷәкі: 1)

- цена покупки и эксплуатационные расходы
 - цена покупки и эксплуатационные расходы
 - расходы на электроэнергию
 - расходы на доставку товара
 - расходы на производства
-

Sual: Эстетические свойства товара – (Ҷәкі: 1)

- характеризуют соответствие формы особенностям функционально – конструктивного решения
 - обуславливают цену покупки и эксплуатационные расходы продавца
 - обуславливают расходы на электроэнергию
 - обуславливают расходы на доставку товара
 - характеризуют расходы на доставку товара
-

Sual: Экологические свойства товара – (Ҷаќи: 1)

- определяют тем, насколько вредным для окружающей среды может быть процесс потребления данного товара
 - определяют цену покупки и эксплуатационные расходы продавца в процессе изготовления данного товара
 - обуславливают расходы на электроэнергию
 - обуславливают расходы на доставку товара
 - характеризуют расходы на доставку товара
-

Sual: Гигиенические свойства товара – (Ҷаќи: 1)

- характеризуют возможность отрицательного влияния предмета потребления на организм человека
 - определяют цену покупки и эксплуатационные расходы продавца в процессе изготовления данного товара
 - обуславливают расходы на электроэнергию
 - обуславливают расходы на доставку товара
 - характеризуют расходы на доставку товара
-

Sual: Оценки конкурентоспособности товара производится на основе: (Ҷаќи: 1)

- сопоставления показателей «качество-цена» по отношению к товарам – конкурентам
 - сопоставления показателей «качество-цена» по отношению к товарам – образцом
 - уточнения показателей «качество-цена» по отношению к товарам – конкурентам
 - уточнения показателей «качество-цена» по отношению к товарам – конкурентам
 - сравнения
-

Sual: Конкуренция – это система отношений между производителями (Ҷаќи: 1)

- либо поставщиками, борющимися за одну и ту же клиентуру
 - борющимися за одну и ту же клиентуру
 - борющимися за одно и то же место
 - либо поставщиками, борющимися за одно и то же место
 - за первое место
-

Sual: В зависимости от соотношения между количеством производителей и потребителей существуют следующие виды конкурентных структур: (Ҷаќи: 1)

- полиполия, олигополия, монополия спроса и двусторонняя монополия

- олигополия, олигархия, монополия спроса и двусторонняя монополия
 - олигополия, олигархия, монополия спроса и двусторонняя монополия
 - полиполия, олигархия, монополия спроса и двусторонняя монополия
 - полиполия, олигархия
-

Sual: Единому потребителю противопоставляется единственный производитель, которая вообще не является конкурентной, но и не рыночной – (Çәki: 1)

- двусторонняя монополия
 - полиполия
 - олигополия
 - олигархия
 - монархия
-

Bölmә: 0701

Ad	0701
Suallardan	58
Maksimal faiz	58
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Определение бренда. Бренд – это престижная, хорошо известная: (Çәki: 1)

- марка
 - стиль
 - мода
 - реклама
 - стимул
-

Sual: Считается, что в ряде случаев под брендом понимается: (Çәki: 1)

- любой качественный, хорошо известный товар
 - все качественные товары, удовлетворяющие покупателя
 - обычный товар, удовлетворяющий покупателя
 - обычный товар, не удовлетворяющий покупателя
 - обычный товар
-

Sual: Под брендом обычно понимают всю совокупность представлений, идей, образов, ассоциаций и т.д. о продукте, которая: (Çәki: 1)

- сложилась у потребителей
 - существует на производстве
 - сложилась в системе
 - существует на рынке сырья
 - сложилась на фабрике
-

Sual: Что означает корпоративный бренд? (Ўэки: 1)

- бренд, относящийся ко всей компании в целом
 - бренд, относящийся к отдельным продуктам или моделям
 - обычный товар, удовлетворяющий покупателя
 - обычный товар, не удовлетворяющий покупателя
 - индивидуальная марка
-

Sual: Что означает бренд – продукт? (Ўэки: 1)

- бренд, относящийся к отдельным продуктам или моделям
 - бренд, относящийся ко всей компании в целом
 - обычный товар, удовлетворяющий покупателя
 - обычный товар, не удовлетворяющий покупателя
 - корпоративный бренд
-

Sual: По отношению к покупателю и с точки зрения воздействия на покупателя бренды бывают: (Ўэки: 1)

- бренд – нейм и бренд имидж
 - корпоративный бренд и бренд – продукт
 - бренд – нейм и бренд – продукт
 - бренд имидж и бренд – продукт
 - правильного ответа нет
-

Sual: Что означает бренд – нейм? (Ўэки: 1)

- словесная часть марки
 - визуальный образ марки
 - мода
 - реклама
 - фон
-

Sual: Что означает бренд – имидж? (Ўэки: 1)

- визуальный образ марки
 - словесная часть марки
 - мода
 - реклама
 - фон
-

Sual: Сильные бренды приносят больше прибыли с (Ўэки: 1)

- метра торговой площади
 - глубины торговой площади
 - высоты торговой площади
 - каждой ячейки торговой площади
 - ширины магазина
-

Sual: Часть потребителей брендов готовы скорее отказаться от покупки или отложить ее, чем согласиться на замену: (Ўэки: 1)

- 25-50 %
 - 25-60 %
 - 25 – 70 %
 - 25- 70 %
 - 25- 30 %
-

Sual: Для товаров, не являющихся брендами, уровень абсолютной лояльности обычным торговым маркам, не превышает: (Ўэки: 1)

- 10 - 15 %
 - 10- 25 %
 - 10 - 30 %
 - 10- 35 %
 - 10- 45 %
-

Sual: Понятие брэндинга – (Ўэки: 1)

- деятельность по разработке марки продукта, обеспечению ее престижности
 - деятельность по разработке ассортимента продукта, обеспечению ее престижности
 - деятельность по разработке номенклатуры продукта
 - деятельность по разработке ассортимента продукта
 - правильного ответа нет
-

Sual: Понятие брэндинга – это наука, искусство и деятельность по созданию: (Ўэки: 1)

- долгосрочного предпочтения потребителями товара
 - нового товара на избранном рынке
 - условий вывода нового товара на рынок
 - сбыта произведенной продукции на новом рынке, включая международный
 - правильного ответа нет
-

Sual: Автором основы теории брэндинга был: (Ўэки: 1)

- Д, Аакар
 - М. Портер
 - А. Смит
 - Ф. Котлер
 - В. Зайцев
-

Sual: Теории брэндинга сформулированы и развиты: (Ўэки: 1)

- Д, Аакаром, Д.Хейром, Я. Якоби
 - М. Портером, Д.Хейром, Я. Якоби
 - А. Смитом, Ф. Котлером
 - Ф. Котлером, М. Портером
 - Ф. Котлером
-

Sual: Создание брэнда в его обычном понимании возможно: (Ўэки: 1)

- в любой сфере
 - не в каждой сфере
 - в избранной сфере
 - в избранной сфере, но не всегда
 - практически невозможно
-

Sual: Считается, что позиционирование - (Љәкі: 1)

- является основой стратегии бренда
 - не является основой стратегии бренда
 - отражает тактику бренда
 - не отражает тактику бренда
 - не имеет отношение к брэндру
-

Sual: Считается, что фокусирование – (Љәкі: 1)

- является основой стратегии бренда
 - не является основой стратегии бренда
 - отражает тактику бренда
 - не отражает тактику бренда
 - не имеет отношение к брэндру
-

Sual: Считается, что обещание – (Љәкі: 1)

- является основой стратегии бренда
 - не является основой стратегии бренда
 - отражает тактику бренда
 - не отражает тактику бренда
 - не имеет отношение к брэндру
-

Sual: Считается, что сегментация – (Љәкі: 1)

- является основой стратегии бренда
 - не является основой стратегии бренда
 - отражает тактику бренда
 - не отражает тактику бренда
 - не имеет отношение к брэндру
-

Sual: При позиционировании учитывается известное положение маркетинга о том, что.... (Љәкі: 1)

- все потребители разные и абсолютно всем им товар понравиться не может
 - все потребители одинаковы, но абсолютно всем им товар понравиться не может
 - все потребители требовательны, и им товар не понравиться
 - потребители не требовательны, и им товар понравиться
 - потребители не требовательны, и они принимают все
-

Sual: При фокусировании имеется в виду, что покупатели, выбирая товар, концентрируют внимание на: (Љәкі: 1)

- главном
 - второстепенном
 - внешний вид
 - место
 - новизну
-

Sual: Права, относящиеся к товарным знакам, промышленным образцам, изобретением, ноу-хау.... (Ҷәкі: 1)

- являются элементами бренда
 - не являются элементами бренда
 - не признаются потребителем
 - являются экономической категорией
 - являются ущемленными
-

Sual: Интеллектуальная собственность - (Ҷәкі: 1)

- являются элементами бренда
 - не являются элементами бренда
 - не признаются потребителем
 - являются экономической категорией
 - не относится к бренду
-

Sual: Считается, что бренд – (Ҷәкі: 1)

- добавляет товарам дополнительную стоимость
 - не добавляет товарам дополнительную стоимость
 - продается с условиями
 - рекламируется с условиями
 - продается с трудом
-

Sual: Основой брендинга является (Ҷәкі: 1)

- образец
 - образец марки
 - фирменный стиль
 - образец логотипа
 - фирменный офис
-

Sual: Формирование фирменного стиля есть своеобразное направление (Ҷәкі: 1)

- маркетинговых изменений
 - инженерных сооружений
 - маркетинговых коммуникаций
 - работы вспомогательных служб
 - работы только конструкторов
-

Sual: Фирменный стиль – это совокупность приемов, которые обеспечивают определенное единство (Ҷәкі: 1)

- продуктов фирмы
 - отдельных продуктов
 - всех продуктов фирмы
 - коллектива
 - общества
-

Sual: Фирменный стиль противопоставляет фирму (Çәki: 1)

- торговцам
 - потребителям
 - конкурентам
 - сотрудникам
 - служащим
-

Sual: Считается, что и метод суммарной дисконтированной добавленной стоимости – (Çәki: 1)

- относится к методам оценки стоимости бренда
 - не относится к методам оценки стоимости бренда
 - относится к методам оценки качества бренда
 - не используется
 - не существует
-

Sual: Считается, что и метод суммарных издержек - (Çәki: 1)

- относится к методам оценки стоимости бренда
 - не относится к методам оценки стоимости бренда
 - относится к методам оценки качества бренда
 - не используется
 - не существует
-

Sual: Считается, что и метод остаточной вмененной стоимости – (Çәki: 1)

- относится к методам оценки стоимости бренда
 - не относится к методам оценки стоимости бренда
 - относится к методам оценки качества бренда
 - не используется
 - не существует
-

Sual: Различные определения бренда включают - (Çәki: 1)

- образ марки в сознании покупателя
 - цвет ассортимента
 - символ номенклатуры
 - образ ассортимента
 - образ номенклатуры
-

Sual: Различные определения бренда включают - (Çәki: 1)

- механизм дифференциации товаров

- цвет ассортимента
 - символ номенклатуры
 - образ ассортимента
 - образ номенклатуры
-

Sual: Различные определения бренда включают - (Ҷәкі: 1)

- средство индивидуализации
 - цвет ассортимента
 - символ номенклатуры
 - образ ассортимента
 - образ номенклатуры
-

Sual: Определения бренда включают - (Ҷәкі: 1)

- добавочная стоимость товара
 - цвет ассортимента
 - символ номенклатуры
 - образ ассортимента
 - образ ассортимента
-

Sual: Определения бренда включают - (Ҷәкі: 1)

- правовой инструмент
 - цвет ассортимента
 - символ номенклатуры
 - образ ассортимента
 - образ номенклатуры
-

Sual: Определения бренда включают - (Ҷәкі: 1)

- идентификация товара покупателем
 - идентификация товара покупателем
 - символ номенклатуры
 - образ ассортимента
 - образ номенклатуры
-

Sual: Определения бренда включают - (Ҷәкі: 1)

- система поддержания идентичности товара
 - цвет ассортимента производителя
 - символ номенклатуры
 - образ ассортимента
 - образ номенклатуры
-

Sual: Различные определения бренда включают образ марки в (Ҷәкі: 1)

- сознании покупателя
- сознании поставщика
- списке продавца

- список конкурента
 - номенклатуры
-

Sual: Глобальные, международные, национальные, локальные бренды - классификация бренда в зависимости от (Ќәкі: 1)

- сферы применения
 - сферы производства
 - механизма действия
 - место изготовления
 - желания
-

Sual: В основе позиционирования лежит известное положение маркетинга о том, что все потребители (Ќәкі: 1)

- разные
 - одинаковые
 - довольны
 - не довольны
 - платежеспособны
-

Sual: Обычно в течение первых нескольких лет около % товаров, впервые появившихся на рынке, перестают производиться, так как покупатель их не воспринимает (Ќәкі: 1)

- 80 – 90
 - 70- 80
 - 60-70
 - 50-60
 - 40-50
-

Sual: Создать бренд в его обычном понимании можно (Ќәкі: 1)

- в любой сфере
 - не в каждой сфере
 - в отдельной сфере
 - в специальной отрасли
 - только в сельском хозяйстве
-

Sual: Для создания положительного рыночного образа организации используют модель (Ќәкі: 1)

- коммуникационную
 - технологическую
 - специальную
 - техническую
 - стандартную
-

Sual: Коммуникатор – это (Ќәкі: 1)

- владелец информации

- получатель информации
 - катализатор
 - специальный механизм
 - специальный механизм
-

Sual: Сейлз промоушн - специальный вид (Џәкі: 1)

- деятельности
 - получатель информации
 - товара
 - продукта
 - услуги
-

Sual: Директ мейл – коммуникации стимулирования продаж с использованием средств (Џәкі: 1)

- почтовой связи
 - инструментов
 - распространения
 - механизации
 - автоматизации
-

Sual: Теле маркетинг – система усилий по увеличению объема продаж (Џәкі: 1)

- корпоративных
 - автоматизированных
 - особенных
 - технологических
 - культурных
-

Sual: Значимость бренда для потребителя, в частности, связана с тем фактом, что бренд позволяет экономить такой существенный ресурс современного человека, как (Џәкі: 1)

- время
 - деньги
 - одежда
 - еда
 - информация
-

Sual: Формирование собственного фирменного стиля требует проведения (Џәкі: 1)

- специальных предварительных маркетинговых исследований
 - специальных предварительных расследований обстоятельств
 - технического анализа
 - фундаментального анализа
 - мероприятий
-

Sual: Мадридское соглашение о международной регистрации товарных знаков принято в....г. (Ќәкі: 1)

- 1891
 - 1991
 - 1791
 - 1792
 - 1793
-

Sual: Прообразом товарного знака можно считать (Ќәкі: 1)

- личные клейма средневековых ремесленников
 - личные клейма современных ремесленников
 - личную печать ремесленника
 - государственный стандарт
 - знак качества
-

Sual: Фирменный блок представляет собой традиционно используемое фирменное сочетание, включающее объединенные в композицию ТЗ и (Ќәкі: 1)

- логотип, а также разного рода поясняющие надписи
 - логотип, а также разного рода инструментов
 - разного рода инструментов
 - разного рода поясняющие схемы
 - разного рода поясняющие плакаты
-

Sual: Слоган представляет собой постоянно используемый фирменный оригинальный девиз, выражающий (Ќәкі: 1)

- коммерческое, техническое и жизненное кредо фирмы
 - коммерческое, техническое и жизненное кредо потребителя
 - коммерческое, техническое и жизненное кредо покупателя
 - техническое и жизненное кредо потребителя
 - жизненное кредо покупателя
-

Sual: Слоган должен органично вписываться в фирменный стиль его владельца, учитывать особенности клиентурного рынка фирмы, быть современным, оригинальным и вносить вклад в формирование имиджа (Ќәкі: 1)

- фирмы
 - ремесленника
 - специалиста
 - маркетолога
 - технолога
-

Sual: Создание бренда на Западе занимает не лет и требует затрат от 5 млн. США и выше (Ќәкі: 1)

- менее двух
- менее трех
- более трех
- более четырех

менее пяти

Sual: Создание бренда на Западе занимает не менее двух лет и требует затрат от млн. США и выше (Çəki: 1)

- 5
 - 4
 - 3
 - 2
 - 1
-

Bölmə: 0801

Ad	0801
Suallardan	30
Maksimal faiz	30
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Управление ассортиментом – это (Çəki: 1)

- деятельность, направленная на формирование рационального ассортимента, для удовлетворения определенных категорий потребителей
 - программа, направленная на формирование рационального ассортимента, для удовлетворения определенных категорий потребителей
 - план мероприятий, направленный на формирование рационального ассортимента
 - совокупность всех мероприятий
 - программа
-

Sual: Сущность проблемы формирования ассортимента состоит в.... (Çəki: 1)

- планировании фактически всех видов деятельности, связанных с производством и реализацией товаров
 - массовости производства и деятельности, связанных с производством и реализацией товаров
 - массовости производства и потребления товаров
 - массовости производства и потребления товаров длительного пользования
 - планировании
-

Sual: Как правило, при формировании ассортимента возникают (Çəki: 1)

- сложные проблемы цен, качества гарантий, сервиса и др.
 - обычные проблемы цен, качества гарантий, сервиса и др.
 - не сложные проблемы, качества гарантий, сервиса и др.
 - сложные проблемы цен, качества гарантий, сервиса
 - сложные проблемы поставки
-

Sual: Считается, что ассортиментная концепция – (Џәкі: 1)

- определяет замысел оптимальной ассортиментной структуры товарного предложения
 - не определяет политику ассортиментной структуры товарного предложения
 - не определяет замысел ассортиментной структуры товарного предложения
 - не обеспечивает получение прибыли
 - задерживает рост предприятия
-

Sual: Ассортиментная концепция состоит из частей (Џәкі: 1)

- двух
 - пяти
 - нескольких
 - четырех
 - шести
-

Sual: Часть ассортиментной концепции называется - (Џәкі: 1)

- целевой
 - бюджетной
 - путевой
 - оптимальной
 - счетной
-

Sual: Часть ассортиментной концепции называется- (Џәкі: 1)

- программной
 - бюджетной
 - путевой
 - оптимальной
 - счетной
-

Sual: Целевая часть включает: (Џәкі: 1)

- принципы разработки оптимальной структуры ассортимента
 - систему мер по достижению оптимальной величины
 - систему мер по достижению оптимальной структуры
 - принципы разработки структуры ассортимента
 - пункты приема заявок
-

Sual: Программная часть включает: (Џәкі: 1)

- систему мер по достижению оптимальной структуры за определенный период
 - принципы разработки структуры ассортимента
 - систему мер по достижению оптимальной структуры
 - принципы разработки структуры фирмы
 - принципы разработки структуры фирмы
-

Sual: В качестве критерий оптимальности выступают (Џәкі: 1)

- требования потребителей к ассортименту и качеству товаров, ресурсные возможности, социальные установки и др.
 - предложения потребителей к ассортименту и качеству товаров, ресурсные возможности, социальные установки
 - предложения потребителей к ассортименту и качеству товаров длительного пользования
 - возможности, социальные установки и др.
 - возможности фирмы
-

Sual: Расширение ассортимента – это (Џәкі: 1)

- одно из направлений формирования ассортимента
 - единственное направление улучшения ассортимента
 - единственное направление удовлетворения спроса
 - единственный способ удовлетворения спроса
 - пустая трата ресурсов
-

Sual: Расширение ассортимента – это (Џәкі: 1)

- количественное увеличение и повышение качества набора товаров
 - единственное направление улучшения ассортимента
 - единственное направление удовлетворения спроса
 - единственный способ удовлетворения спроса
 - пустая трата ресурсов
-

Sual: Обновление ассортимента – это (Џәкі: 1)

- качественное и количественное изменение с показателями новизны
 - количественное увеличение и повышение качества набора товаров
 - единственное направление удовлетворения спроса
 - единственный способ удовлетворения спроса
 - пустая трата ресурсов
-

Sual: Совершенствование ассортимента – это (Џәкі: 1)

- качественное и количественное изменение набора товаров для повышения его рациональности
 - это количественное увеличение номенклатуры
 - количественное изменение с показателями новизны
 - единственный способ удовлетворения спроса
 - пустая трата ресурсов
-

Sual: Гармонизация ассортимента – это (Џәкі: 1)

- изменение состояния набора товаров с целью приблизить реальный ассортимент к оптимальному
- это повышение качества набора товаров, характеризующееся увеличением новизны
- качественное и количественное изменение с показателями новизны
- единственный способ удовлетворения спроса
- и стабилизация

Sual: Стабилизация ассортимента – это (Ҷаќи: 1)

- состояние набора товаров в течение длительного времени
 - это количественное увеличение и повышение качества
 - количественное изменение с показателями новизны
 - единственный способ удовлетворения спроса
 - и гармонизация
-

Sual: Сокращение ассортимента - это (Ҷаќи: 1)

- количественное уменьшение набора товаров
 - количественное увеличение и повышение качества
 - качественное изменение с показателями новизны
 - состояние набора товаров в течение длительного времени
 - увеличение номенклатуры
-

Sual: Вертикальное изменение ассортимента товаров – (Ҷаќи: 1)

- направлено на расширение или сужение производства продуктов
 - это количественное уменьшение набора товаров
 - качественное изменение с показателями новизны
 - состояние набора товаров в течение длительного времени
 - увеличение номенклатуры
-

Sual: Горизонтальное изменение ассортимента товаров – (Ҷаќи: 1)

- одна из составляющих политики горизонтальной диверсификации
 - это количественное уменьшение набора товаров
 - качественное изменение с показателями новизны
 - направлено на расширение или сужение производства продуктов
 - увеличение номенклатуры
-

Sual: Считается, что комплексное изменение ассортимента – (Ҷаќи: 1)

- представляет собой одновременную реализацию вертикального и горизонтального изменений ассортимента
 - это увеличение и повышение качества набора товаров, характеризующееся новизной
 - это качественное и количественное изменение с показателями новизны
 - это состояние набора товаров в течение длительного времени
 - это состояние набора товаров в течение короткого времени
-

Sual: Латеральное изменение ассортимента означает – (Ҷаќи: 1)

- формирование ассортимента, прямо не связанной с основной деятельностью организации
- это количественное увеличение и повышение качества набора товаров, характеризующееся увеличением новизны
- качественное и количественное изменение с показателями новизны
- состояние набора товаров в течение длительного времени

- это состояние набора товаров в течение короткого времени
-

Sual: Эффективное управление ассортиментом – это (Ҷаќи: 1)

- правильный выбор того, какие наименования производить, в каком объеме, и по какой цене их продавать
 - это количественное увеличение и повышение качества набора товаров, характеризующееся увеличением новизны
 - качественное и количественное изменение с показателями новизны
 - состояние набора товаров в течение длительного времени
 - это состояние набора товаров в течение короткого времени
-

Sual: При управлении ассортиментом руководствуются выводами как экономического, так и..... (Ҷаќи: 1)

- маркетингового анализа
 - маркетингового хода
 - не экономического анализа
 - социального анализа
 - технического анализа
-

Sual: Естественно, что постоянные издержки – (Ҷаќи: 1)

- не зависят от изменения объема производства
 - зависят от изменения объема производства
 - увеличиваются при росте объема производства
 - уменьшается при снижении объема производства
 - не увеличивают расходов фирмы
-

Sual: Естественно, что переменные издержки - (Ҷаќи: 1)

- зависят от объема производства
 - не зависят от объема производства
 - увеличиваются при снижении объема производства
 - уменьшается при росте объема производства
 - не увеличивают расходов фирмы
-

Sual: Осуществляя ассортиментный анализ, прежде всего, исследуют рентабельность ... (Ҷаќи: 1)

- каждой позиции, выявляя продукты с отрицательной рентабельностью
 - предприятия, выявляя продукты с отрицательной рентабельностью
 - предприятия и основных поставщиков
 - предприятия
 - фабрики
-

Sual: Естественно, что сокращение объемов производства – (Ҷаќи: 1)

- один из приемов оптимизации ассортимента в производстве
- оказывает влияние на постоянные издержки
- единственный способ формирования ассортимента на производстве

- единственный прием оптимизации ассортимента в производстве
 - не оказывает влияние на переменные издержки
-

Sual: За основу ассортиментной концепции принимаются, с одной стороны, потребительские требования определенных сегментов рынка, а с другой – обеспечение наиболее эффективного использования ресурсов для производства товаров с низкими издержками (Çәki: 1)

- технически надежных
 - технологических, сырьевых, технических и других
 - технологических, сырьевых, финансовых, трудовых и иных
 - технологически совершенных
 - заимствованных
-

Sual: Естественно, что увеличение объемов реализации – (Çәki: 1)

- один из приемов оптимизации ассортимента в производстве
 - не зависит от объема производства
 - не зависит от объема заказа
 - единственный прием оптимизации ассортимента в производстве
 - единственный прием оптимизации ассортимента
-

Sual: Можно отметить, что анализ ассортимента проводят– (Çәki: 1)

- как единовременно, так и регулярно
 - только единовременно
 - только регулярно
 - по решению посредников
 - по указанию конкурентов
-

Bölmә: 0901

Ad	0901
Suallardan	35
Maksimal faiz	35
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Величина издержек на упаковку должна: (Çәki: 1)

- находиться в разумной пропорции к стоимости товара
 - в произвольной пропорции к стоимости товара
 - находиться в максимальной пропорции к стоимости товара
 - должна превышать стоимость произведенного товара
 - должна превышать стоимость проданного товара
-

Sual: Можно утверждать, что создание упаковки является важнейшим

направлением деятельности..... (Ќәкі: 1)

- маркетолога
 - эколога
 - технолога, эколога
 - инженера, эколога
 - бухгалтера
-

Sual: Обоснованно упаковку называют: (Ќәкі: 1)

- «молчаливым продавцом»
 - «шумным продавцом»
 - технологом - продавцом
 - штатным – продавцом
 - продавцом
-

Sual: Как правило, по сведениям Всемирной организации упаковщиков доля упаковочной индустрии в валовом национальном продукте: (Ќәкі: 1)

- 1-2 %
 - 1-3 %
 - 2-4 %
 - 2-3 %
 - 5- 10%
-

Sual: Можно утверждать, что расширение ассортимента – (Ќәкі: 1)

- способствует развитию упаковочной отрасли
 - не способствует развитию упаковочной отрасли
 - снижает темп роста упаковочной отрасли
 - ухудшает упаковку и инфраструктуры рынка
 - снижает качество товара
-

Sual: Изменение структуры потребления - (Ќәкі: 1)

- способствует развитию упаковочной отрасли
 - не способствует развитию упаковочной отрасли
 - снижает темп роста упаковочной отрасли
 - ухудшает упаковку и инфраструктуры рынка
 - снижает качество товара
-

Sual: Потребительская упаковка предназначена для: (Ќәкі: 1)

- товаров массового потребления
 - выполнения внутривозовских перевозок, хранения материалов
 - перевозки, складирования и хранения продукции
 - защиты от внутренних воздействий при транспортировке и хранении
 - защиты от внутренних воздействий при хранении
-

Sual: Можно утверждать, что сущность упаковки раскрывается в ее основных функциях: (Ќәкі: 1)

- защитной, логистической, маркетинговой, информационной
 - исследовательской, логистической, маркетинговой
 - исследовательской, логистической, маркетинговой
 - логистической, маркетинговой, аналитической
 - информационной и исследовательской
-

Sual: Назначение упаковки считается наиболее существенным классификационным ... (Ќәкі: 1)

- признаком
 - видом
 - типом
 - сортом
 - родом
-

Sual: Принято, что имеются следующие конструктивные формы упаковки: (Ќәкі: 1)

- флакон, ящик, бочка, барабан и др.
 - флакон, ящик, бочка, барабан
 - флакон, ящик, бочка, разборная
 - флакон, ящик, разборная
 - ящик, разборная
-

Sual: Конструктивное исполнение упаковки: (Ќәкі: 1)

- разборная, неразборная, складная, жесткая и др.
 - разборная, неразборная, складная, жесткая
 - флакон, ящик, бочка, разборная
 - разборная, неразборная, складная
 - складная, жесткая
-

Sual: Служба снабжения работает во взаимодействии со службой: (Ќәкі: 1)

- маркетинга
 - ремонта
 - водоснабжения
 - охраны
 - энергетики
-

Sual: Решение о покупке товаров производственно-технического назначения принимаются по: (Ќәкі: 1)

- результатам комплексного анализа предложений со стороны нескольких поставщиков
 - результатам анализа предложений со стороны поставщика
 - решению трудового коллектива
 - решению начальника отдела снабжения
 - разрешению главного инженера
-

Sual: Можно утверждать, что при покупке учитывается и ранжируются: (Ќәкі: 1)

- качество, цена, территориальная удаленность, условия платежа и поставки, а также сервисное обслуживание, и др. показатели
 - цена, цвет, объем, территориальная удаленность, условия платежа и поставки, вид транспорта, вид контракта
 - основные условия доставки товара
 - основные условия эксплуатации
 - основные условия доставки товара по заключенному контракту
-

Sual: Считается, что исследования рынка – (Ҷаќи: 1)

- важный процесс маркетинговой стратегии закупки
 - не относится процессу маркетинговой стратегии закупки
 - производственный процесс
 - входит в обязанность всех специалистов производства
 - входит в обязанность замдиректора
-

Sual: Еще одним аспектом товарной политики предприятия является обеспечение (Ҷаќи: 1)

- количественной сохранности продукции предприятия
 - предприятие работниками
 - подготовки кадров
 - ритмичности производства
 - фирмы материалами
-

Sual: Упаковка, сохраняющая в целостности товар, (Ҷаќи: 1)

- может быть заменена
 - нуждается в замене
 - не может быть ничем заменена
 - требует обновление
 - требует скидки
-

Sual: К функции упаковки относится: (Ҷаќи: 1)

- замещение товара, облегчение пользования товаром, средства коммуникации с потребителем и др.
 - отправка товара, облегчение пользования товаром
 - облегчение пользования товаром, складирование
 - складирование, погрузка и разгрузка
 - размещение
-

Sual: Производственная тара и упаковка предназначена для выполнения: (Ҷаќи: 1)

- внутризаводских перевозок, хранения материалов
 - перевозок товаров массового потребления
 - перевозки, складирования и хранения продукции
 - защиты от воздействий при транспортировке
 - защиты от воздействий при разгрузке
-

Sual: Можно утверждать, что транспортная упаковка предназначена для: (Ҷэкі: 1)

- перевозки, складирования и хранения продукции
 - выполнения внутризаводского складирования
 - товаров массового потребления
 - защиты от воздействий
 - товаров технического назначения
-

Sual: Можно утверждать, что специальная упаковка предназначена для: (Ҷэкі: 1)

- защиты от внешних воздействий при транспортировке и хранении
 - перевозки и хранения продукции
 - выполнения внутризаводских перевозок, хранения материалов
 - товаров массового потребления.
 - складирования
-

Sual: Хорошо организованный учет и контроль по обеспечению сохранности продукции (Ҷэкі: 1)

- гарантирует безопасного хранения готовой продукции предприятия
 - не гарантирует безопасного хранения продукции на рынке
 - является функцией ремонтной службы предприятия
 - является одной из функций ремонтной службы завода
 - является одной из функций ремонтной службы района
-

Sual: Упаковка является одним из наиболее эффективных средств (Ҷэкі: 1)

- продвижения товара
 - движения транспорта
 - движения
 - подготовки
 - разработки
-

Sual: Упаковку называют..... (Ҷэкі: 1)

- «молчаливым продавцом»
 - «молчаливым работником»
 - «молчаливым покупателем»
 - продавцом
 - покупателем
-

Sual: Величина издержек на упаковку должна находиться в..... (Ҷэкі: 1)

- разумной пропорции к стоимости товара
 - нормальном уровне
 - разумной пропорции к стоимости услуг
 - пропорции к стоимости работы
 - разумной пропорции к стоимости работы
-

Sual: Конструктивная форма упаковки: (Ҷэкі: 1)

- флакон, ящик, бочка, барабан и др.

- флакон, ящик, бочка, барабан
 - флакон, ящик, бочка, кассета
 - ящик, бочка, барабан, шар
 - флакон, ящик, бочка, жесткая
-

Sual: Конструктивное исполнение упаковки: (Ўэкі: 1)

- разборная, неразборная, складная, жесткая и др.
 - флакон, ящик, бочка, барабан
 - флакон, ящик, бочка, кассета
 - ящик, бочка, барабан, шар
 - флакон, ящик, бочка, жесткая
-

Sual: Ответственность за контроль качества имеет две стороны: (Ўэкі: 1)

- коммерческую и юридическую
 - коммерческую и духовную
 - юридическую и духовную
 - персональную и социальную
 - социальную и коллективную
-

Sual: Коммерческая ответственность заключается в повышении качества до уровня, отвечающего ожиданиям (Ўэкі: 1)

- потребителей и сокращающего их рекламации
 - потребителей и сокращающего их рекламы
 - покупателей и сокращающего их рекламации
 - потребителей и сокращающего их труд
 - покупателей и сокращающего их труд
-

Sual: Юридическая ответственность есть обязанность, забота, которую все бизнесмены несут перед (Ўэкі: 1)

- своими потребителями
 - постороннему работниками
 - постороннему учредителями
 - другими членами
 - собственными обещаниями
-

Sual: Контроль качества должен осуществляться (Ўэкі: 1)

- на всех стадиях производства
 - не на всех стадиях производства
 - на начальных стадиях производства
 - на всех стадиях разработки
 - не постоянно
-

Sual: . Решение о покупке товаров производственного назначения принимаются по результатам предложений со стороны нескольких поставщиков (Ўэкі: 1)

- комплексного анализа

- комплексного смотра
 - проверки
 - рассмотрения
 - сравнения
-

Sual: Упаковка – это носитель закодированной информации не только о самом продукте, но и о (Çәki: 1)

- производителе
 - поставщике
 - посреднике
 - торговце
 - покупателе
-

Sual: Организация хранения необходима потому, что циклы производства и потребления редко (Çәki: 1)

- совпадает друг с другом
 - не совпадает друг с другом
 - ограничиваются
 - находятся рядом
 - не ограничиваются
-

Sual: На складах длительного хранения товар находится в течение (Çәki: 1)

- среднего или длительного отрезка времени
 - месяца или среднего отрезка времени
 - квартала или полугодие
 - недели
 - часа
-

Вöлмә: 1001

Ad	1001
Suallardan	60
Maksimal faiz	60
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Определение стратегии снабжения – это важный процесс..... (Çәki: 1)

- маркетинговой стратегии закупки
 - стратегии закупки предприятия
 - защиты производства
 - стратегии лидера
 - тактики лидера
-

Sual: Формирование совокупной потребности предприятия - важный процесс.....

(Џәкі: 1)

- маркетинговой стратегии закупки
 - стратегии продажи предприятия
 - защиты организации
 - стратегии лидера
 - тактики лидера
-

Sual: Выбор выгодного поставщика – важный процесс (Џәкі: 1)

- маркетинговой стратегии закупки
 - стратегии продажи предприятия
 - защиты организации
 - стратегии лидера
 - тактики лидера
-

Sual: Оперативная диспетчерская работа по организации снабжения цехов – важный процесс (Џәкі: 1)

- маркетинговой стратегии закупки;
 - стратегии продажи предприятия
 - защиты организации
 - стратегии лидера
 - тактики лидера
-

Sual: Утверждается, что срок и ритмичность поставки – (Џәкі: 1)

- являются предметом предварительных переговоров для заключения контракта
 - не являются предметом предварительных переговоров заключения контракта
 - не влияют на процесс заключения контракта
 - не интересуют производителя в рыночных условиях
 - являются предметом прием - сдачи
-

Sual: Можно отметить, что окончательная цена - (Џәкі: 1)

- является предметом предварительных переговоров для заключения контракта
 - не являются предметом предварительных переговоров заключения контракта
 - не влияют на процесс заключения контракта
 - не интересуют производителя в рыночных условиях
 - являются предметом прием - сдачи
-

Sual: Утверждается, что качество поставляемого товара - (Џәкі: 1)

- является предметом предварительных переговоров для заключения контракта
 - не являются предметом предварительных переговоров заключения контракта
 - не влияют на процесс заключения контракта
 - не интересуют производителя в рыночных условиях
 - являются предметом прием - сдачи
-

Sual: Возможность замены с учетом документа поставки – заводской

спецификации - (Ҷәкі: 1)

- является предметом предварительных переговоров для заключения контракта
 - не является предметом предварительных переговоров заключения контракта
 - не влияет на процесс заключения контракта
 - не интересуется производителя в рыночных условиях.
 - являются предметом прием - сдачи
-

Sual: Изучение рынка сырья и материалов – один из элементов планирования материально – технического обеспечения (Ҷәкі: 1)

- промышленного предприятия
 - учебного заведения
 - хозяйственного предприятия
 - хозяйственной организации
 - людей
-

Sual: Согласно классификации сырье – продукция (Ҷәкі: 1)

- добывающих отраслей
 - перерабатывающих отраслей
 - сельского хозяйства и промышленности
 - строительства
 - химической отрасли
-

Sual: Согласно классификации основные материалы – (Ҷәкі: 1)

- предметы труда, составляющие субстанцию (основное содержание) готовой продукции
 - продукция добывающих отраслей
 - продукция перерабатывающих отраслей
 - продукция сельского хозяйства и промышленности
 - продукт химической отрасли
-

Sual: Согласно классификации вспомогательные материалы – (Ҷәкі: 1)

- предметы труда, играющие вспомогательную роль в производственном процессе
 - предметы труда, составляющие субстанцию готовой продукции
 - продукции добывающих отраслей]
 - продукции перерабатывающих отраслей
 - продукт химической отрасли
-

Sual: Согласно классификации комплектующие детали и покупные полуфабрикаты – (Ҷәкі: 1)

- предметы труда, входящие в готовую продукцию и требующие дополнительной обработки
- предметы труда, играющие вспомогательную роль в производственном процессе
- предметы труда, составляющие субстанцию (основное содержание) готовой продукции

- продукции перерабатывающих отраслей
 - продукт химической отрасли
-

Sual: Классификация материальных ресурсов охватывает: (Ҷәкі: 1)

- сырье, основные материалы, вспомогательные материалы, комплектующие детали и покупные полуфабрикаты
 - Комплектующие детали и покупные полуфабрикаты, продукции перерабатывающих отраслей
 - продукты сельского хозяйства и промышленности
 - продукция лесного хозяйства и строительства
 - материалы лесного хозяйства и строительства
-

Sual: Мировая цена – как денежное выражение международной стоимости реализуемого на мировом рынке товара - (Ҷәкі: 1)

- по одним товарам определяется уровнем цен стран экспортеров, по другим – ценами бирж, по третьим ценами ведущих фирм мира
 - определяется уровнем цен стран экспортеров, ценами бирж
 - устанавливается по договоренности между производителем и потребителем на определенные объемы продукции
 - определяется ценами бирж и ценами ведущих фирм мира
 - определяется ценами бирж
-

Sual: Можно утвердить, что договорная цена – (Ҷәкі: 1)

- устанавливается по договоренности между производителем и потребителем на определенные объемы продукции
 - по одним товарам определяется уровнем цен стран экспортеров, по другим – ценами бирж, по третьим ценами ведущих фирм мира
 - определяется уровнем цен стран экспортеров, ценами бирж
 - определяется ценами бирж и ценами ведущих фирм мира
 - определяется ценами бирж
-

Sual: Можно отмечать, что при исследовании рынка сырья и материалов вырабатывается: (Ҷәкі: 1)

- стратегия снабжения
 - поведения агентов
 - стратегия посредников
 - поведения посредников
 - тактика
-

Sual: Можно согласится, что налог на землю относится к (Ҷәкі: 1)

- постоянным издержкам
 - переменным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - сельскому хозяйству
 - строительству
-

Sual: Можно согласится, что аренда оборудования и помещений относятся к: (Ўэки: 1)

- постоянным издержкам
 - переменным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам арендодателя
 - строительству
-

Sual: Можно согласится, что амортизационные отчисления относятся к: (Ўэки: 1)

- постоянным издержкам
 - переменным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам арендодателя
 - строительству
-

Sual: Можно утвердить, что заработная плата служащих аппарата управления относится к: (Ўэки: 1)

- постоянным издержкам
 - переменным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - строительству
-

Sual: Можно утвердить, что страховые взносы относятся к: (Ўэки: 1)

- постоянным издержкам
 - переменным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - строительству
-

Sual: Издержки на исследование и опытно – конструкторские работы относятся к: (Ўэки: 1)

- постоянным издержкам
 - переменным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - необходимым издержкам
-

Sual: Можно утвердить, что расходы на рекламу относятся к: (Ўэки: 1)

- постоянным издержкам
 - переменным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - издержкам ведомства
-

Sual: Можно утвердить, что расходы на уборку, отопление и освещение помещений относятся к: (Ўэки: 1)

- постоянным издержкам
 - переменным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - издержкам ведомства
-

Sual: Основные и вспомогательные материалы относятся к: (Ўэки: 1)

- переменным издержкам
 - постоянным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - издержкам ведомства
-

Sual: Топливо и нефтепродукты относятся к: (Ўэки: 1)

- переменным издержкам
 - постоянным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - издержкам ведомства
-

Sual: Можно отметить, что упаковочные материалы относятся к: (Ўэки: 1)

- переменным издержкам
 - постоянным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - издержкам ведомства
-

Sual: Можно отметить, что транспортные расходы на перевозку материально – технических ресурсов относятся к: (Ўэки: 1)

- переменным издержкам
 - постоянным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - издержкам ведомства
-

Sual: Расходы на реализацию продукции относятся к: (Ўэки: 1)

- переменным издержкам
 - постоянным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - издержкам ведомства
-

Sual: Можно отметить, что канцелярские и почтово–телеграфные расходы относятся к: (Ўэки: 1)

- переменным издержкам
 - постоянным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - издержкам ведомства
-

Sual: Заработная плата основных рабочих относится к: (Ўэки: 1)

- переменным издержкам
 - постоянным издержкам
 - постоянным и переменным издержкам
 - издержкам министерства
 - издержкам ведомства
-

Sual: Как правило, выгодно закупать сырье и материалы: (Ўэки: 1)

- большими партиями
 - мелкими партиями
 - ежедневно
 - ежемесячно
 - еженедельно
-

Sual: Как правило, при больших партиях: (Ўэки: 1)

- можно получать скидки с оптовых цен
 - не возможно получать скидки с оптовых цен
 - можно получать пересортицу материалов
 - не возможно получать пересортицу материалов
 - транспортных услуг не требуется
-

Sual: Как правило, при больших партиях: (Ўэки: 1)

- можно подстраховываться от неблагоприятной конъюнктуры
 - не возможно получать скидки с оптовых цен
 - можно получать пересортицу материалов
 - не возможно получать пересортицу материалов
 - транспортных услуг не требуется
-

Sual: Увеличение закупки материальных ресурсов (Ўэки: 1)

- приводит к росту производственных запасов
 - не приводит к росту производственных запасов
 - не увеличивает потребности в оборотных средствах
 - не на что не влияет
 - уменьшает страховых запасов
-

Sual: Увеличение закупки материальных ресурсов: (Ўэки: 1)

- увеличивает потребности в оборотных средствах

- не приводит к росту производственных запасов
 - не увеличивает потребности в оборотных средствах
 - не на что не влияет
 - уменьшает страховых запасов
-

Sual: Увеличение закупки материальных ресурсов: (Ўэкі: 1)

- увеличивает затраты на хранение запасов
 - не приводит к росту производственных запасов
 - не увеличивает потребности в оборотных средствах
 - не на что не влияет
 - уменьшает страховых запасов
-

Sual: На предприятии лимитная карта для получения материалов может быть: (Ўэкі: 1)

- месячной или квартальной
 - только месячной
 - только годовой
 - постоянной
 - полугодовой
-

Sual: Лимиты на материалы должны быть доведены цехам – изготовителям: (Ўэкі: 1)

- до начала периода изготовления продукции
 - к началу года
 - к началу квартала
 - к началу месяца
 - до начала сезонных работ на полях
-

Sual: Как правило, материалы, потребляемые в течение месяца многократно, отпускаются по: (Ўэкі: 1)

- лимитным картам
 - предложением
 - просьбе начальника цеха
 - просьбе мастера
 - лимитным поручениям
-

Sual: Как правило, материалы, потребляемые эпизодически, отпускаются по: (Ўэкі: 1)

- требованиям
 - лимитным картам
 - просьбе начальника цеха
 - просьбе мастера
 - лимитным поручениям
-

Sual: Как правило, кроме отпуска материалов цехам по лимиту: (Ўэкі: 1)

- может быть сверхлимитный отпуск
 - не может быть сверхлимитный отпуск
 - может быть сверхлимитный отпуск в конце дня
 - может быть сверхлимитный отпуск в конце недели
 - может быть в конце года
-

Sual: Выдача гарантии – не просто обязательство, (Ќәкі: 1)

- а обязательство, закрепленное юридически
 - а обязательство, которое может и не выполняться
 - а обязательство, которое не закреплено юридически
 - обязательство, которое не стимулирует реализацию
 - правильного ответа нет
-

Sual: Любое промышленное звено для осуществления производственного цикла (Ќәкі: 1)

- нуждается в производственно-технической продукции узкого ассортимента
 - не нуждается в производственно-технической продукции широкого ассортимента
 - нуждается в производственно-технической продукции широкого ассортимента
 - не нуждается в производственно-технической продукции узкого ассортимента
 - не нуждается в поддержке
-

Sual: Определение стратегии снабжения является: (Ќәкі: 1)

- процессом маркетинговой стратегии
 - процессом маркетинговой стратегии закупки
 - важным процессом маркетинговой стратегии закупки
 - процессом маркетинговой стратегии продажи
 - важным процессом маркетинговой стратегии внедрения
-

Sual: Формирование совокупной потребности предприятия является: (Ќәкі: 1)

- процессом маркетинговой стратегии
 - процессом маркетинговой стратегии закупки
 - важным процессом маркетинговой стратегии закупки
 - процессом маркетинговой стратегии
 - важным процессом маркетинговой стратегии внедрения
-

Sual: Выбор выгодного поставщика является: (Ќәкі: 1)

- процессом маркетинговой стратегии
 - процессом маркетинговой стратегии закупки
 - важным процессом маркетинговой стратегии закупки
 - процессом маркетинговой стратегии продажи
 - важным процессом маркетинговой стратегии внедрения
-

Sual: Оперативная диспетчерская работа по организации снабжения цехов является: (Ќәкі: 1)

- процессом маркетинговой стратегии
 - процессом маркетинговой стратегии закупки
 - важным процессом маркетинговой стратегии закупки
 - процессом маркетинговой стратегии продажи
 - важным процессом маркетинговой стратегии внедрения
-

Sual: Срок и ритмичность поставки является: предметом..... (Ҷәкі: 1)

- предварительных переговоров для знакомства
 - переговоров для заключения контракта на обслуживание
 - предварительных переговоров для заключения контракта
 - переговоров для заключительных работ
 - обсуждения качества
-

Sual: Окончательная цена является: предметом..... (Ҷәкі: 1)

- предварительных переговоров для знакомства
 - переговоров для заключения контракта на обслуживание
 - предварительных переговоров для заключения контракта
 - переговоров для заключительных работ
 - обсуждения качества
-

Sual: Качество поставляемого товара является: предметом..... (Ҷәкі: 1)

- предварительных переговоров для знакомства
 - переговоров для заключения контракта на обслуживание
 - предварительных переговоров для заключения контракта
 - переговоров для заключительных работ
 - обсуждения технологии
-

Sual: Возможность замены с учетом главного документа поставки – заводской спецификации является: предметом..... (Ҷәкі: 1)

- предварительных переговоров для знакомства
 - переговоров для заключения контракта на обслуживание
 - предварительных переговоров для заключения контракта
 - переговоров для заключительных работ
 - обсуждения качества
-

Sual: Технология изучения рынка сырья и материалов предполагает систематический сбор, обработку, анализ и оценку информации о предложении (Ҷәкі: 1)

- инструментов
 - запасных материалов
 - материальных ресурсов
 - комплектующих
 - деталей
-

Sual: Исследования рынка сырья и материалов связано с рассмотрением ряда

факторов, (Ҷэкі: 1)

- воздействующих на производителей и клиентов
 - не действующих на производителей и продавцов
 - воздействующих на производителей и продавцов
 - воздействующих на поставщиков
 - воздействующих на покупателей
-

Sual: Решения о покупке принимаются по результатам комплексного анализа имеющихся предложений со стороны (Ҷэкі: 1)

- нескольких покупателей
 - одного поставщика
 - нескольких поставщиков
 - одного покупателя
 - конкурента
-

Sual: На основе данных о емкости рынка материальных ресурсов можно определить (Ҷэкі: 1)

- долю рынка только одного поставщика
 - не использованные производственные возможности
 - долю рынка каждого поставщика
 - требования рынка каждого поставщика
 - предложения производителя
-

Sual: В зависимости от форм купли продажи и сферы экономики цены на материальные ресурсы в условиях рынка (Ҷэкі: 1)

- не подразделяются на договорные, оптовые, закупочные, розничные
 - не подразделяются на мировые, договорные, оптовые, закупочные
 - подразделяются на мировые, договорные, оптовые, закупочные, розничные
 - подразделяются на мировые, договорные, оптовые, выборочные
 - подразделяются на мировые, оптовые, розничные, выборочные
-

Sual: Портфель заказов, имеющийся у отдельной фирмы, определяется стоимостью (Ҷэкі: 1)

- заказа поставщика
 - заказа на определенное время
 - всех заказов на определенное время
 - заказов конкурентов
 - основных фондов
-

Sual: Постоянные издержки в расчете на единицу продукции (Ҷэкі: 1)

- снижаются с уменьшением количества выпускаемой продукции
 - повышаются с увеличением количества выпускаемой продукции
 - снижаются с увеличением количества выпускаемой продукции
 - расширяются с увеличением количества выпускаемой продукции
 - повышаются постоянно
-

Bölmə: 1101

Ad	1101
Suallardan	33
Maksimal faiz	33
Sualları qarışdırmaq	<input checked="" type="checkbox"/>
Suallar təqdim etmək	100 %

Sual: Можно утвердить, что сервисное обслуживание – (Çəki: 1)

- сопровождающий элемент предлагаемых товаров и услуг
- не влияет на реализацию товара
- подкрепляющий аргумент покупателя
- сопровождающий аргумент покупателя
- ухудшает отношение покупателей

Sual: Можно утвердить, что сервисное обслуживание – (Çəki: 1)

- подкрепляющий элемент предлагаемых товаров и услуг
- не влияет на реализацию товара
- подкрепляющий аргумент покупателя
- сопровождающий аргумент покупателя
- ухудшает отношение покупателей

Sual: Можно утвердить, что сервисное обслуживание – (Çəki: 1)

- фактор конкурентоспособности товаров и объектов (фирм, корпораций)
- не влияет на реализацию товара
- подкрепляющий аргумент покупателя
- сопровождающий аргумент покупателя
- ухудшает отношение покупателей

Sual: Можно утвердить, что служба сервиса для клиентов – (Çəki: 1)

- один из элементов товарной политики
- решает производственные проблемы
- определяет ассортиментную политику
- определяет качество товаров
- ухудшает отношение покупателей

Sual: При налаживании сервисной службы предстоит принять решение: (Çəki: 1)

- какие услуги включить в рамки сервиса
- об организации производств и сбыта
- какие виды новых товаров включить в производства
- какие вопросы рассмотреть на заседании совета директоров
- по обновлению ассортимента

Sual: При налаживании сервисной службы предстоит принять решение: (Џәкі: 1)

- какой уровень сервиса предложить
 - об организации производства и сбыта
 - какие виды новых товаров включить в производства
 - какие вопросы рассмотреть на заседании совета директоров
 - по обновлению ассортимента
-

Sual: При налаживании сервисной службы предстоит принять решение: (Џәкі: 1)

- в какой форме предлагать услуги клиентам
 - об организации производств и сбыта
 - какие виды новых товаров включить в производства
 - какие вопросы рассмотреть на заседании совета директоров
 - по обновлению ассортимента
-

Sual: Можно утвердить, что сервисное обслуживание – (Џәкі: 1)

- орудие конкуренции
 - не влияет на реализацию товара
 - подкрепляющий аргумент покупателя
 - сопровождающий аргумент покупателя
 - обновляет ассортимент
-

Sual: Расчет показателя сервисного потенциала компании можно определить по формуле: (Џәкі: 1)

- $Cп = У/Т \times 100 \%$;
 - $Cп = Т / У \times 100 \%$;
 - $Cп = Т / У$;
 - $Cп = У/Т$.
 - $Cп = У/Т : 100$
-

Sual: Принято, что система сервиса – (Џәкі: 1)

- форма обеспечения покупателей, создает выгодный режим выбора приобретения и эксплуатации товаров и услуг
 - форма информирования покупателей, которая создает для них возможность избежать не выгодных приобретений товаров
 - предполагает такую форму информирования покупателей, которая создает возможность избежать не приятностей
 - форма информирования потребителей и производителей
 - форма информирования потребителей
-

Sual: Согласно источникам термин «сервисизация» происходит от: (Џәкі: 1)

- английского слова;
- арабского слова
- русского слова
- латинского слова
- греческого

Sual: Можно утверждать, что сервисная стратегия компании направлена: (Ўэкі: 1)

- на формирование ее имиджа, популярности, рыночной устойчивости
 - на формирование ассортимента, популярности, уменьшение расходов
 - только на формирование имиджа
 - только на уменьшение расходов
 - на формирование имиджа и популярности клиента
-

Sual: Стандарт обслуживания – (Ўэкі: 1)

- системный документ, свод правил качественного обслуживания клиентов;
 - документ, предоставляющий право на покупку;
 - документ, предоставляющий право первоочередного приобретения;
 - системный документ, предоставляющий право первоочередного приобретения.
 - документ предоставляющий доход
-

Sual: Обнаружить изъяны в системе сервиса можно с помощью приемов: (Ўэкі: 1)

- проведение закупок
 - заготовка ящиков
 - установка ящиков для предложений, регулярные опросы потребителей и др.
 - подготовка кадров
 - работы с конкурентами
-

Sual: Еще одним элементом товарной политики является (Ўэкі: 1)

- подбор кадров
 - служба сервиса автомобилей
 - служба сервиса для клиентов
 - расстановка кадров
 - служба ремонтников
-

Sual: При налаживании сервисной службы деятелю рынка предстоит принять решения: какие (Ўэкі: 1)

- услуги принимать
 - услуги включить в рамки запрета
 - услуги включить в рамки сервиса
 - вопросы не включить в повестку дня
 - вопросы включить в повестку дня
-

Sual: При налаживании сервисной службы деятелю рынка предстоит принять решения: какой (Ўэкі: 1)

- вопрос обсудить
 - уровень сервиса принимать
 - уровень сервиса предложить
 - вопрос не включить в повестку дня
 - вопрос включить в повестку дня
-

Sual: При налаживании сервисной службы деятелю рынка предстоит принять решения: какой форме (Ўэкі: 1)

- обсудить вопрос
 - принимать участие
 - предлагать услуги клиентам
 - рассматривать предложение
 - включить вопрос в повестку дня
-

Sual: Организация фирменного обслуживания продукции является..... (Ўэкі: 1)

- одной из основных задач отдела кадров
 - одной из задач комиссии сервисного обслуживания
 - одной из основных задач отдела сервисного обслуживания
 - задачей номер один отдела обслуживания машин
 - задачей комиссии обслуживания
-

Sual: Создание опорных баз по проведению сервиса является..... (Ўэкі: 1)

- одной из основных задач отдела кадров
 - одной из задач комиссии сервисного обслуживания
 - одной из основных задач отдела сервисного обслуживания
 - задачей номер один отдела обслуживания машин
 - задачей комиссии обслуживания
-

Sual: Организация работ по регулировке и предпродажной подготовке является..... (Ўэкі: 1)

- одной из основных задач отдела кадров
 - одной из задач комиссии сервисного обслуживания
 - одной из основных задач отдела сервисного обслуживания
 - задачей номер один отдела обслуживания машин
 - задачей комиссии обслуживания
-

Sual: Создание резервного фонда запасных частей является..... (Ўэкі: 1)

- одной из основных задач отдела кадров
 - одной из задач комиссии сервисного обслуживания
 - одной из основных задач отдела сервисного обслуживания
 - задачей номер один отдела обслуживания машин
 - задачей комиссии обслуживания
-

Sual: Информационное обеспечение сервисной работы является..... (Ўэкі: 1)

- одной из основных задач отдела кадров
 - одной из задач комиссии сервисного обслуживания
 - одной из основных задач отдела сервисного обслуживания
 - задачей номер один отдела обслуживания машин
 - задачей комиссии обслуживания
-

Sual: Сервисное обслуживание – элемент предлагаемых товаров и услуг (Ўэкі: 1)

- легкий
 - простой
 - сопровождающий
 - сохраняющий
 - сложный
-

Sual: Сервисное обслуживание – элемент предлагаемых товаров и услуг (Ўэкі: 1)

- легкий
 - простой
 - подкрепляющий
 - сохраняющий
 - сложный
-

Sual: Сервисное обслуживание – фактор товаров и объектов (фирм, корпораций) (Ўэкі: 1)

- неспособности
 - не качественности
 - конкурентоспособности
 - безопасности
 - боеспособности
-

Sual: Сервисное обслуживание – орудие (Ўэкі: 1)

- покупателя
 - принципиальности
 - конкуренции
 - качественности
 - не профессионала
-

Sual: Сервисный потенциал компании интегрирует в себе комплекс услуг, включающий совокупные расходы на выполнение (Ўэкі: 1)

- только послепродажного сервиса
 - послепродажного обслуживания продавцов
 - предпродажного, продажного и послепродажного сервиса
 - предпродажного, продажного обслуживания продавцов
 - только послепродажного сервиса
-

Sual: Гарантия – это обещание производителя клиенту, что товар будет выполнять свое функциональное назначение или (Ўэкі: 1)

- соответствовать определенным подходам
- не будет соответствовать стандартам
- соответствовать определенным стандартам
- соответствовать техническим условиям

- не будет выполнять свое назначение
-

Sual: Гарантия дает возможность клиентам право замены или ремонта товара в случае (Џәкі: 1)

- недостатков денег
 - не обнаружения скрытых дефектов
 - обнаружения скрытых недостатков
 - не обнаружения открытых дефектов
 - перемены условий
-

Sual: Принимая решение о целесообразности гарантии, степени ее распространения, необходимо учитывать: (Џәкі: 1)

- доходы, связанные с выдачей гарантии
 - затраты, связанные с выдачей лицензии
 - затраты, связанные с выдачей гарантии
 - затраты, связанные с покупкой
 - доходы, связанные с покупкой
-

Sual: Принимая решение о целесообразности гарантии, степени ее распространения, необходимо учитывать: (Џәкі: 1)

- доходы, связанные с выдачей гарантии
 - затраты, связанные с выдачей лицензии
 - затраты, выдаваемые конкурентами
 - затраты, связанные с покупкой
 - доходы, связанные с покупкой
-

Sual: Принимая решение о целесообразности гарантии, степени ее распространения, необходимо учитывать: (Џәкі: 1)

- доходы, связанные с выдачей гарантии
 - затраты, связанные с выдачей лицензии
 - реальную возможность представить услуги, предусмотренные гарантией
 - затраты, связанные с покупкой
 - доходы, связанные с покупкой
-

