

1. Реклама, применяемая для формирования избирательного спроса на конкретную марку – это _____ реклама.
 - а) информативная;
 - б) напоминающая;
 - в) убеждающая;
 - г) укрепляющая.

2. Для обеспечения повторных покупок потребительского товара, который приобретается регулярно, наиболее подходящим являются:
 - а) специальные купоны на упаковке;
 - б) бесплатные образцы;
 - в) демонстрация образцов товаров;
 - г) дополнительный товар в упаковке.

3. Что такое восприятие с точки зрения маркетинга
 - а) процесс ознакомления индивида с предлагаемым товаром, услугой;
 - б) процесс, посредством которого индивид отбирает, организует и интерпретирует поступающую информацию;
 - в) процесс усвоения индивидом получаемой информации
 - г) процесс узнавания индивидом о наличии необходимой ему информации.

4. Что такое мотив с точки зрения маркетинга
 - а) то, что побуждает человека к принятию решения
 - б) причина, побуждающая человека к отказу от приобретения товара или услуги;
 - в) способ приобретения товара либо услуги;
 - г) нужда, ставшая столь настоятельной, что заставляет человека искать пути и способы ее удовлетворения.

5. Небольшой магазин, расположенный вблизи жилого района, который открыт круглосуточно каждый день и предлагает ограниченный ассортимент ходовых товаров – это ...
 - а) специализированный магазин;
 - б) мини – маркет;
 - в) магазин товаров повседневного спроса;
 - г) склад – магазин.

6. Основные функции маркетинговой логистики являются:
 - а) управление запасами;
 - б) долгосрочное планирование и прогнозирование;
 - в) разработка уникального предложения;
 - г) распространение товара.

7. Различные цены на билет в театр в зависимости от расположения мест в зале является примером установления цен ...
 - а) ориентированных на ценность;
 - б) дискриминационных;
 - в) для стимулирования сбыта;
 - г) с учетом психологии покупателя.

8. Вертикальная маркетинговая система сбыта как канна сбыта ...
 - а) базируется на собственности или мощи одного участника в отношении всех звеньев канала сбыта;
 - б) предполагает механизм мотивирования одним участником канала сбыта всех остальных;
 - в) возможны оба предыдущих варианта;
 - г) предполагает сбыт товара глубокого ассортимента.