

1. Рынок

- A) совокупность существующих и потенциальных покупателей товара
- B) баланс спроса и предложения и конъюнктура маркосреды
- C) обмен ценностями между двумя сторонами покупателей
- D) место предельных продавцов и покупателей
- E) все, инновационное и прогрессивное на рынке для потребления

2. Товар

- A) все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления
- B) нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида
- C) потребность, подкрепленная покупательной способностью в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида
- D) чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо, не подкрепленная покупательной способностью
- E) все, инновационное и прогрессивное на рынке для потребления, приобретения, использования

3. Метод наблюдения

- A) личное
- B) открытое
- C) панельное
- D) вторичное
- E) скрыто-секретное

4. Методы опроса

- A) электронный, телефонный, личный
- B) телефонный, личный
- C) качественный и казуальный
- D) панельный и кабинетный
- E) экспертный, количественный, качественный

5. Закрытые вопросы анкеты

- A) многовариантные
- B) альтруистские
- C) неструктурированные
- D) открытые
- E) структурированные

6. Фирмы, помогающие организации в продвижении, сбыте и распространении ее товаров среди клиентов

- A) маркетинговые посредники
- B) аналитические посредники
- C) девелоперы
- D) ЦОН
- E) агенты по трекингу и трейдингу

7. Деловые фирмы и отдельные лица, обеспечивающие компанию и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров или услуг
- A) поставщики
 - B) маркетинговые посредники
 - C) логистические посредники
 - D) клиентура
 - E) потребительский рынок
8. Фактор маркетинговой внешней микросреды
- A) контактные аудитории
 - B) политическая среда
 - C) экономическая среда
 - D) природная среда
 - E) демографические факторы
9. Определенные перемены, происходящие в поведении индивида под влиянием накопленного им опыта
- A) усвоение
 - B) убеждение
 - C) общественные классы
 - D) образ жизни
 - E) религиозные мотивы
10. Клиенты, принимающие участие в процессе изобретения
- A) просьюмеры
 - B) бизнес-ангелы
 - C) инвесторы
 - D) спонсоры
 - E) инициаторы