

Приклад тестових завдань з дисципліни «Технології маркетингових досліджень»

1. Маркетингові дослідження являють собою:

а) збирання

різноманітної інформації про виробництво товарів, наявних на ринку;

б) систематичні заходи щодо одержання оперативної інформації за різними напрямками та аспектами, пов'язаними із маркетинговою діяльністю підприємства;

в) те ж саме, що і « дослідження ринку»;

г) систематичний процес планування маркетингової діяльності.

2. Які принципи забезпечують ефективність маркетингових досліджень:

а) точність, кмітливість, швидкість;

б) розумність, активність, надійність;

в) комплексність, економічність, системність;

г) ретельність, уважність, раціональність.

3. Об'єктом дослідження можуть бути:

а) люди;

б) документи;

в) товар;

г) усе, що вказано у пунктах а,б,в та інше.

4. Маркетингова інформаційна система як система підтримки прийняття рішень забезпечує:

а) управління маркетингом на підприємстві, розробку комплексу маркетингу,

розробку стратегічної маркетингової програми, медіа планування рекламної компанії;

б) управління маркетингом на підприємстві;

в) розробку комплексу маркетингу;

г) розробку стратегічної маркетингової програми.

5. Інформація, яка існує в опублікованому вигляді і збиралася для інших цілей, називається:

- а) первинною;
- б) вторинною;
- в) польовою;
- г) кабінетною

6. Сутність маркетингової інформації:

а) об'єктивні відомості та суб'єктивні дані, необхідні для аналізу маркетингового середовища, ринку, товару, споживачів;

- б) звітні відомості про стан на ринку, його аналіз;
- в) аналіз товарів та споживачів, відомості про результативність;
- г) фінансова звітність підприємства.

7. Основний недолік первинної інформації:

- а) обмеженість інформації;
- б) потребує значних витрат;
- в) складність отримання інформації;
- г) відсутність інформації.

8. Основні групи документів:

- а) листові, електронні, пошукові, інформаційні;
- б) письмові, статистичні, електронні, фонетичні;
- в) наукові, стратегічні, цифрові, відео-документальні;
- г) правильної відповіді немає.

9. Вимоги до інформації:

а) достовірність, точність, повнота, своєчасність, цілеспрямованість, комплексність;

- б) правдивість, швидкість, якісність, індивідуальність;
- в) націленість, чіткість, обґрунтованість;
- г) низька вартість

10. Сукупність розумових операцій, спрямованих на інтерпретацію відомостей, що містяться у певній групі документів, за напрямом, який цікавить дослідника, називається:

- а) формалізований аналіз;
- б) внутрішній аналіз;
- в) традиційний аналіз;
- г) контент-аналіз.