JK. Jó válasz + jellel jelölve.

1. Párosítsd össze a bal- és jobboldalon álló szavakat és kifejezéseket!

Társadalmi hatások - népességnövekedés

Fizikai környezet – újrahasznosítható csomagolás

Gazdasági hatások – munkanélküliség

Politikai hatások – árszabályozás

Technológiai hatások – szabadalmak

1. A fogyasztói, vásárlói folyamatban van:  
   +Kezdeményezőszerep

+Finanszírozószerep

Lezárószerep

+Döntéshozószerep

1. Fogyasztói, vásárlói folyamatban milyen szerep NINCS?

Befolyásoló szerep

Kezdeményező szerep

+Megfigyelő szerep

Információszelektáló szerep

1. Mely tényezők befolyásolják a vásárlói döntést?  
   +Kulturális jellemzők  
   +Pszichológiai jellemzők  
   +Személyes jellemzők

Genetika

1. Kik a Buying Center jellemző szereplői?

+Felhasználó

+Döntéshozó

+Kezdeményező

Előállító

Hitelező

1. Mely szektorok tartoznak a nonbusiness szektorba?

forprofit szektor

+nonprofit szektor

+költségvetési szektor

+közüzemi szektor

1. A célpiac kiválasztásának és megdolgozásának módjai:

Válasszon ki egyet vagy többet:

+egyéni marketing

+differenciált marketing

+tömegmarketing

+koncentrált marketing

1. A szegmentálás megalapozza a marketingtervezést, mivel ennek a segítségével ismerjük meg alaposan a piacunkat.

Válasszon ki egyet:

az első tagmondat igaz, a második nem igaz

mindkét tagmondat igaz, de a második nem magyarázza az elsőt

+mindkét tagmondat igaz és a második magyarázza az elsőt

az első tagmondat nem igaz, a második igaz

1. Melyek lehetnek a pozícionálás módjai, szempontjai?

Válasszon ki egyet vagy többet:

+tulajdonságok alapján történő pozícionálás

profitorientált pozícionálás

egyéni szükségletekhez mért pozícionálás

+felhasználás szerinti pozícionálás

1. Párosítsd össze a bal- és jobboldalon álló szavakat és kifejezéseket!

Tegye sorrendbe a kutatási folyamat lépéseit!

1. kutatási módszer kiválasztása
2. adatfelvétel
3. adatfeldolgozás
4. elemzés
5. kutatási jelentés
6. A primer információk pontosabbak és célravezetőbbek, mivel saját igényeikre fókuszálva dolgozzák ki a kutatást.

az első tagmondat igaz, a második nem igaz

+mindkét tagmondat igaz és a második magyarázza az elsőt

az első tagmondat nem igaz, a második igaz

mindkét tagmondat igaz, de a második nem magyarázza az elsőt

1. Melyek igazak a kvalitatív primer kutatásra?

Válasszon ki egyet vagy többet:

+mélyinterjú során szerezhető információ

+kis számú minta

statisztikai eszközök alkalmazása

1. Párosítsa össze az termékfejlesztés folyamatának lépéseit a sorszámokkal!

1 – Ötletgyűjtés

2 – Ötletek szűrése

3 - Ötletek koncepcióvá alakítása

4 – Gazdaságossági számítások

5 – Marketingstratégia kialakítása

6 – Prototípus készítése

7 – Piac tesztelése

8 – Piaci bevezetés

9 – Értékelés

1. Belülről kifelé haladva, melyek a termékhagyma szintjei?

Potenciális termék, absztrakt szint, kibővített termék, tárgyiasult termék

Absztrakt szint, kibővített termék, potenciális termék, tárgyiasult termék

+Absztrakt szint, tárgyiasult termék, kibővített termék, potenciális termék

Potenciális termék, kibővített termék, tárgyiasult termék, absztrakt szint

1. Melyek a csomagolás funkció(i)?

Válaszzon egyet vagy többet:

tömbösítés

+termékvédelem

+elosztás egyszerűsítés

+figyelemfelkeltés

1. Melyik a helyes sorrend az érettség szakaszait tekintve?

Válasszon ki egyet:

+még növekvő érettség, stabil érettség, késői érettség

stabil érettség, késői érettség, még növekvő érettség

késői érettség, még növekvő érettség, stabil érettség

még növekvő érettség, késői érettség, stabil érettség

1. Párosítsa a HIPI elv elemeihez:

nem tárolhatóság – kereslet/kínálat menedzselése

változékonyság – nehéz a minőség biztosítása

elválaszthatatlanság – vevők irányítása, önkiszolgálás erősítése

megfoghatatlanság – ingyenes kipróbálás

Jobboldalra még: márkamenedzsment, fizetésmenedzsment, panaszszituáció menedzsment, franchise

1. Frontoffice összetevői

Válasszon ki egyet vagy többet:

SDL

Jaycustomerek

+tárgyi elemek

igénybevevők

+kapcsolati személyek

1. Szolgáltatásmarketing alapmodelljének elemei

+frontvonal

+folyamat

+aktív igénybevevők

+helyszínen tartózkodók

+back-office

1. Kiket céloz meg a pull stratégia?

kereskedőket

vezetőket

+fogyasztókat

termelőket

1. Melyik a kommunikációs mix leggyorsabban ható eleme?

PR

reklámozás

személyes eladás

propaganda

+értékesítésösztönzés

1. A heterogenitás kockázata annál nagyobb, minél nagyobb a szolgáltatás személyi aránya a dologi tényezőkhöz képest.

Igaz.

1. A sikeres marketingprogramhoz pszichológiai ismeretek elengedhetetlenek, mert ismerni kell a fogyasztói piacot és a vevők vásárlási szokásait.

+mindkét tagmondat igaz és a második magyarázza az elsőt

mindkét tagmondat igaz, de a második nem magyarázza az elsőt

az első tagmondat igaz, a második nem igaz

az első tagmondat nem igaz, a második igaz

1. Melyik nem tartozik a marketingmix módszertani 4P-je közé?

price

product

+politics

place

1. Mi a csere létrejöttének feltétele?

Az elvárt haszon ugyanakkora legyen, mint a vele együtt járó költség

+Az elvárt haszon nagyobb legyen, mint a vele együtt járó költség

Az elvárt haszon kisebb legyen, mint a vele együtt járó költség