

«Международный маркетинг»

Вопросы и ответы из теста по [Международному маркетингу](#) с сайта [oltest.ru](#).

Общее количество вопросов: 90

Тест по предмету «Международный маркетинг».

1. Анализ экономических показателей деятельности фирм: соотношение издержки — цены, загрузка производительных мощностей, норма прибыли и т. п. — лежит в основе подхода к оценке конкурентоспособности предприятия

- **функционального**

2. В международной статистике высокий уровень ВВП, приходящегося на душу населения страны, характеризуется величиной:

- **6 тыс. дол. и выше**

3. В экономическом смысле продукт является:

- **материальным (вещь) или нематериальным (услуга) объектом, обладающим определенным потенциалом полезности и удовлетворяющим, тем самым, потребности потребителей**

4. Важную роль в продаже лицензий играют:

- **венчурные компании**

5. Вид нетарифного барьера, определяемого как отношение объема ввозимого товара к объему потребления этого товара в стране за определенный период времени, называется ...

- **импортной квотой**

6. Вид экспорта, который осуществляется при постоянном участии фирмы-производителя в экспортных операциях, поставившей цель их расширения на конкретном рынке, называется экспортом

- **активным**

7. Выбор рынка по заданному образцу означает, что ...

- **выбирается несколько важных для компании критериев и те рынки, которые отвечают им**

8. Выход фирмы на рынок с товаром по относительно низким ценам характерен для ценовой стратегии

- **«политикой проникновения»**

9. Главной функцией международного маркетинга можно считать:

- **обоснование целевых позиций управления активностью предприятия на мировом рынке**

10. Главным инструментом матричного исследования конкурентоспособности предприятия служит матрица, построенная относительно двух показателей:

- **темпов роста емкости рынка и относительной доли производителя на рынке**

11. Два основных подхода к определению критерия конкурентоспособности: структурный и функциональный — используются при оценке конкурентоспособности предприятия по:

- **его рыночным позициям**

12. Действие, когда предприятие, освоившее рынок своей страны, выходит на рынок другого государства, в международном маркетинге называется:

- **двусторонним**



13. Деятельность по реализации коммерческих и творческих идей, стимулирующих продажи за рубеж изделий или услуг рекламодателя, называется:

- **сейлз промоушн**

14. Для приведения всех привлекаемых для расчета цен конкурентных материалов к единым условиям приобретения товара используются:

- **коммерческие поправки**

15. Если для проведения международной рекламной кампании необходимо, прежде всего, широкое знание о различных технологических процессах, то фирме следует предпочесть осуществление ее через

- **собственный отдел рекламы**

16. Запрет на экспорт (или импорт) определенных товаров, устанавливаемый на государственном уровне, называется:

- **эмбарго**

17. Инструментарием, использование которого поможет разработать и осуществить необходимые мероприятия по повышению эффективности внешнеэкономической деятельности российских предприятий, должны стать:

- **комплексные целевые программы международного маркетинга**

18. Коммуникационная политика предприятия представляет собой ...

- **выявление целевой аудитории, на которую предприятие стремится воздействовать с целью получения от нее желаемой ответной реакции**

19. Компания, включающая хозяйственные единицы в нескольких странах (шести и более) независимо от юридической формы и сферы ее деятельности, — это:

- **транснациональная корпорация**

20. Контрактная система управления и распределения товаров и услуг компании через обширную (или ограниченную) сеть дистрибьюторов на основе передачи права использования торговой марки и модели бизнеса называется:

- **франчайзингом**

21. Косвенный экспорт отличается от прямого тем, что продажа экспортируемого товара осуществляется:

- **посредникам в собственной стране**

22. Критериями предварительного сужения поля поиска в исследованиях рынка служат:

- **доступность, прибыльность, емкость рынка**

23. Крупному предприятию, производящему сельскохозяйственную технику и собирающемуся сбывать ее на большом числе внешних рынков, целесообразно организовывать рекламную кампанию через

- **международное или всемирное агентство**

24. Логотипом называется:

- **фирменное начертание наименования предприятия или товарной группы**

25. Маркетинговая деятельность за границей охватывает не только сбыт, но и практически все функциональные сферы деятельности предприятия при маркетинге

- **глобальном**

26. Маркетинговые коммуникации — это:

- **все процессы, посредством которых можно активно влиять на потребителей и создавать спрос**



27. Международный маркетинг может считаться маркетингом

- **более высокого класса, чем внутренний**

28. Наличие у производителя таких факторов производства, которые могут быть использованы с лучшей, чем у других конкурентов, производительностью, служит критерием конкурентоспособности в рамках модели

- **равновесия фирмы и отрасли**

29. Объем (емкость) рынка определяется через объем

- **сбыта продукции**

30. Ориентация деятельности службы маркетинга фирмы, основывающей ее на предположении, что между иностранными рынками нет большого сходства, вследствие чего необходим индивидуальный подход к каждому иностранному рынку, называется:

- **полицентрической**

31. Ориентация деятельности службы маркетинга фирмы, основывающей ее на предположении, что практика международного маркетинга определяется опытом внутреннего рынка и что любая деятельность на международном рынке рассматривается как продолжение операций на внутреннем рынке, называется:

- **этноцентрической**

32. Основной показатель эффективности проекта сотрудничества, отражающий сумму чистой прибыли за расчетный период, приведенную к базисному моменту времени расчета, называется:

- **интегральным экономическим эффектом**

33. Основными стилиобразующими элементами фирменного стиля являются: товарный знак, ...

- **логотип, слоган и фирменная цветография**

34. Относительно недорогим видом изучения рынка является исследование:

- **кабинетное**

35. Оценка конкурентоспособности фирмы с использованием «метода профилей» — это оценка, основанная на выявлении ...

- **критериев удовлетворения запросов потребителей применительно к какому-либо продукту**

36. Первичное или оригинальное исследование рынка, включающее получение данных от информаторов с помощью интервью, анкетных опросов, называется исследованием

- **полевым**

37. По результатам экспертного опроса зарубежных специалистов индивидуализм, терпимость к риску, ориентация на самореализацию, лидерство и благосостояние, точное планирование действий — национальные особенности, проявляющиеся при ведении дел:

- **американцами**

38. По результатам экспертного опроса зарубежных специалистов традиции верности, благотворительность, высшая способность к выживанию, недоверие, пренебрежение прошлым опытом, — национальные особенности, проявляющиеся при ведении дел:

- **русскими**

39. По результатам экспертного опроса зарубежных специалистов эмоциональность, низкая дисциплина, строгая иерархия, диктаторский стиль, важность лозунгов — национальные особенности, проявляющиеся при ведении дел:

- **испанцами**



40. Под международным маркетингом понимается:

- **систематическая, планомерная и активная обработка международных рынков на различных ступенях продвижения товаров к покупателю**

41. Позиционирование товара осуществляется с помощью

- **портфельных матриц**

42. Показатель привлекательности рынка, определяемый индексом увеличения объема сбыта за определенный период, называется:

- **ростом странового рынка**

43. Политика, предполагающая одновременное установление различных отпускных цен на один и тот же товар или услугу вне зависимости от совокупных издержек, называется:

- **ценовой дискриминацией**

44. При наличии удобного транспортного сообщения франчайзинг на определенной территории осуществляется по типу

- **товаропроизводитель — розничный торговец**

45. При организации прямого экспорта наиболее выгодно использовать:

- **сбытовые отделы предприятия-производителя и маркетинговое отделение за рубежом**

46. При эластичном спросе коэффициент эластичности спроса

- **больше единицы**

47. Прибыль дистрибьютора возникает:

- **из разницы между ценой покупки и ценой перепродажи**

48. Примером выполнения широких задач при свободном контракте экспортной кооперации может служить:

- **планирование и осуществление маркетинговых коммуникаций**

49. Принцип экспортной политики, в соответствии с которым предлагаемый товар в технологическом отношении подобен имеющимся, называется:

- **концентрическим**

50. Продажа товаров на внешних рынках по ценам значительно ниже внутренних называется:

- **демпингом**

51. Рассмотрение политико-правовой среды, как правило, связано с анализом

- **форм правления и степени государственного вмешательства в решение экономических проблем**

52. Расстановка местных политических сил, экономическое состояние страны-импортера, географическая среда и инфраструктура, уровень технического развития, конкурентоспособность страны-импортера, состояние культуры — это факторы ...

- **неконтролируемые зарубежной среды**

53. Реализация на зарубежных рынках товаров и услуг, которые производятся или выполняются в своей стране, называется:

- **экспортом**

54. Сведение к минимуму сбытовых издержек предприятия; оптимизацию количества сбытовых посредников, участвующих в процессе распределения товара; контролируемость маркетингового плана обеспечивает:

- **оптимальная система сбыта**



55. Система физического перемещения товара по выбранному каналу сбыта — это система ...

- **маркетинговой логистики**

56. Система франчайзинга подразделяется на:

- **территориальную и эксплуатационную**

57. Система, направленная на создание визуального и смыслового единства предлагаемых предприятием товаров и услуг, всей исходящей от предприятия информации, его внутреннего и внешнего оформления, называется:

- **системой фирменного стиля**

58. Систематизированный перечень таможенных пошлин, которыми облагаются товары при импорте, а в отдельных случаях и при экспорте из данной страны, называется:

- **таможенным тарифом**

59. Систематический сбор, запись и интерпретация данных по вопросам, касающимся продажи товаров или услуг, а также организации маркетинга, представляет собой ...

- **изучение рынка**

60. Снижение цены предложения экспортера до уровня, приемлемого для покупателя, обычно происходящее в процессе переговоров, называется во внешней торговле

- **уторговыванием**

61. Совместное владение капиталом иностранным и отечественным партнерами, совместное разделение прибылей, рисков и убытков характерно для:

- **смешанных обществ и совместных предприятий**

62. Совместное выполнение основных задач маркетинга (вместе с другими функциями компаний) при экспортной кооперации связано в наибольшей степени с выполнением

- **широких задач при жестком контракте**

63. Совокупность мероприятий, необходимых для доставки товаров прямым или косвенным путем, самостоятельно или с помощью сторонних организаций к покупателям, называется:

- **политикой распределения (сбыта) товара**

64. Согласно Инкотермс-90, когда продавец представляет покупателю товары непосредственно в своих помещениях, т.е. впоследствии за все отвечает покупатель, используется термин группы

- **Е (EXW)**

65. Содержание стадий изучения рынка при исследовании его внутри страны и за рубежом

- **во многом сходно, за исключением сбора информации**

66. Сократить срок освоения изобретений, сравнительно быстро наладить производство новых товаров за границей и сбывать их на рынках различных стран позволяет:

- **лицензионное производство**

67. Соотношение верхних и нижних пределов цен на сравниваемую продукцию, которые существовали на данном рынке в прошлом или могут быть установлены в будущем, определяется как:

- **диапазон цен**

68. Специализированные фирмы, представляющие своим клиентам услуги по составлению проектов и осуществлению рекламы, представляют собой рекламные:

- **агентства**

69. Стадия интернационализации предприятия, отличающаяся наличием производственных предприятий за рубежом не более чем в шести странах, называется стадией

- **роста**



70. Стадия интернационализации предприятия, отличающаяся наличием прямых контактов за рубежом и вовлечением в операции зарубежных посредников, называется _____ стадией.

- **начальной**

71. Стадия интернационализации предприятия, отличающаяся созданием производственных предприятий в более чем 6 странах мира, называется стадией

- **многонациональной**

72. Теоретической основой матричных методов оценки конкурентоспособности предприятия является:

- **концепция жизненного цикла товара и технологии**

73. Товар, цена, тарифы, каналы распределения и товародвижения, стимулирование сбыта — это факторы ...

- **контролируемые отечественной среды**

74. Управление, используемое на рынках развивающихся стран в случае, когда в эти страны экспортируются не товары, а услуги, как форма совместного предпринимательства, получило название:

- **управлением по контракту**

75. Уровень монополизации отрасли служит критерием для оценки конкурентоспособности предприятия в рамках подхода

- **структурного**

76. Усилия, прилагаемые с целью приближения собственных цен к средним рыночным ценам вследствие проведения ценовой стратегии, — это:

- **«политика проникновения»**

77. Установление крайне низких цен, практически исключающих конкуренцию других продавцов, характерно для ценовой стратегии

- **«политика вытеснения»**

78. Установление на новые, широко разрекламированные товары относительно высоких цен, значительно превышающих цены производства, характерно для ценовой стратегии

- **«снятия сливок»**

79. Утверждение, что страна должна специализироваться на производстве и экспорте тех товаров, по которым ее издержки производства ниже, чем у других стран, характерно для:

- **закона сравнительного преимущества**

80. Фактическая продажная (покупная) цена, полученная в результате исполнения контракта, называется в международном маркетинге ценой

- **реальной экспортной (импортной)**

81. Фирма уступает другой компании по конкурентоспособности, если показатель ее конкурентоспособности

- **меньше единицы**

82. Формула $C = C / (1 - P)$, где C — себестоимость товара, P — минимально допустимая доля прибыли в цене, служит для расчета цены:

- **минимальной**

83. Характеристика странового рынка, зависящая от существования на нем протекционистских мер правительства, различных национальных норм, представляет собой _____ рынка.

- **доступность**



84. Ценовая стратегия, предусматривающая установление на одном и том же рынке различных цен на один и тот же товар, может эффективно осуществляться только на рынке

- **легко сегментируемом**

85. Цены, используемые при совершении коммерческих операций между подразделениями одного и того же концерна (компания), называются:

- **трансфертными**

86. Экономический климат, расстановка политических сил, структура конкуренции, социальное состояние общества — это факторы ...

- **неконтролируемые отечественной среды**

87. Экспортер глубоко исследует рынок и использует для его обработки весь набор инструментов маркетинга, а также различные формы внешнеэкономических связей при:

- **международном маркетинге**

88. Экспортная кооперация в виде совместного участия в выставках, ярмарках представляет собой пример осуществления:

- **узких задач при свободном контракте**

89. Экспортная цена предложения (базисная) обычно по отношению к расчетной цене

- **завышается на 10-20 процентов**

90. Экспортный товар, международная цена, тарифы, каналы распределения и товародвижения, формирование спроса и стимулирование сбыта, формирование общественного мнения — это факторы

...

- **контролируемые зарубежной среды**

Файл скачан с сайта oltest.ru

