

## «Выставочный менеджмент»

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

Общее количество вопросов: 166

Тест по предмету «Выставочный менеджмент».

---

1. Блокнот штатного расписания ярмарки/выставки получают:
  - **все сотрудники фирмы, отправляющиеся на ярмарку/выставку**
2. Бюджет выставки/ярмарки составляется для того, чтобы наглядно представить чему равны:
  - **расходы и доходы**
3. В работе любой выставки/ярмарки принимает участие большое число разных субъектов, среди которых экспонентами можно называть только:
  - **участников торговой выставки/ярмарки, представляющих товар**
4. В рамках маркетинга торговые ярмарки/выставки органически включаются в сферу непосредственной коммуникации, где они сами и их составляющие выполняют роль:
  - **средство, передатчик информации, «пусковая установка» коммерческих сообщений, звено для коммуникаций**
5. В смете расходов по участию в ярмарке/выставке к расходам по содержанию персонала относятся:
  - **выплаты суточных, расходы по обучению персонала, оплата за проживание персонала в гостинице**
6. В смете расходов по участию в ярмарке/выставке к расходам по стенду относятся:
  - **монтаж стенда, его изготовление, аренда стенда**
7. В смете расходов по участию в ярмарке/выставке к рекламным расходам относятся:
  - **расходы по подготовке пропусков для посетителей, рекламных сувениров, аудио-визуальных материалов и видеофильмов**
8. В смете расходов по участию в ярмарке/выставке к эксплуатационным расходам относятся:
  - **расходы по аренде автотранспорта, охране, уборке на стенде и телефонной связи**
9. Видами оптовых ярмарок являются:
  - **ярмарки по закупке-продаже товаров народного потребления и производственно-технического назначения**
10. Внешняя конъюнктура (применительно к участию в ярмарках/выставках) это:
  - **поведение конкурентов, политико-экономическая ситуация, престижность, значимость и посещаемость ярмарки/выставки**
11. Внутренняя конъюнктура предприятия (применительно к участию в торговых ярмарках/выставках) это:
  - **соответствующий уровень качества и достаточный запас продукции, возможности по организации участия, обеспечения выставочной площади (стенда)**



12. Выберите наиболее точное и емкое определение синхронизации времени проведения выставки/ярмарки

• **Согласование времени проведения ярмарки/выставки с другими мероприятиями, влияющими на число посетителей: праздниками, событиями, сезонными распродажами, а так же тенденциями покупательского поведения, маркетинговыми планами компании-экспонента**

13. Высказывания: «Выставка нового типа не просто демонстрация выдающихся технических достижений. Здесь показываются не продукты, а процессы, не результаты, а история их возникновения и развития», определяет тип современной \_\_\_\_\_ выставки.

• **всемирной**

14. Выставочная/ярмарочная деятельность позволяет решить следующие задачи существующего маркетингового плана

• **увеличить объем продаж существующих и новых товаров на существующих рынках и предложить существующие и новые товары на новых рынках**

15. Выставочный стенд (в плане участия в ярмарке/выставке) всегда выполняет функции:

• **торгового агента, «передатчика» пропаганды и рекламы, арены конкурентного противоборства, платформы для совершенствования имиджа предприятия, источника получения информации**

16. График подготовки к выставке/ярмарке включает:

• **перечень всех мероприятий по подготовке с указанием времени проведения**

17. Группы посетителей, которых предприятие желает привлечь посредством своего участия, зависят от:

• **целей экспонента, вида ярмарки/выставки, места ее проведения, радиуса действия ярмарки/выставки, периода ее проведения**

18. Демонстрация продуктов питания на архитектурно-сложных конструкциях из стекла и бетона будет способствовать:

• **сокращению посещаемости стенда**

19. Денежные затраты на проведение одной торговой сделки в рамках выставки/ярмарки равны 100 д.е., коэффициент ценности этой выставки равен 10, поэтому денежные затраты на проведение одной сделки в обычном режиме равны:

• **1000 д.е**

20. Деятельность компании, направленная на определение типа ярмарки/выставки, числа ее посетителей, места проведения, — это:

• **стратегия выставочного менеджмента**

21. Доказано, что 60-70% посетителей отраслевых выставок/ярмарок являются постоянными, поэтому экспонентам нужно стремиться:

• **закрепить за своим стендом постоянное место**

22. Документ, подробно определяющий все критические даты, когда должно происходить каждое действие в период подготовки и проведения ярмарки/выставки — это:

• **регламент**

23. Единый комплекс площади (кв. м), которую устроитель ярмарки или выставки предоставляет в аренду заинтересованному участнику, а также элементы конструкции (оформления), с помощью которых последний достигает осуществления своего участия в этом мероприятии, называется:

• **стендом**



24. Если на стенде одновременно работает 5 ассистентов по 8 часов ежедневно в течение 5 дней, осуществляя примерно по 8 деловых контактов в час каждый, то за все время выставки со стендом могут познакомиться:

- **1600 посетителей**

25. Если стенд 1 площадью 20 кв.м расположен по соседству со стендами в 150 или 200 кв.м, то ...

- **поток посетителей к стенду 1 значительно снизится**

26. Если экспонатами являются только товары первой необходимости, они демонстрируются на:

- **выставке товаров широкого потребления**

27. Если экспоненту не удалось обеспечить себе подходящее место на выставке/ярмарке, то это может стать серьезной причиной для ...

- **отказа от участия в выставке/ярмарке**

28. За своевременность и правильность монтажа стенда несет ответственность

- **экспонент**

29. Заполненная записная книжка по планированию ярмарки/выставки решает следующие задачи:

- **помогает отчитаться после ее проведения, дает возможность собрать весь материал по ярмарке/выставке в одном месте, служит вспомогательным материалом для подготовки следующих ярмарок/выставок**

30. Значительным ростом своей популярности отраслевые ярмарки обязаны следующим факторам:

- **развитию технологии, увеличению количества новинок, растущей роли услуг в повседневной жизни, либерализации экономики**

31. Интернет широко используется на современном этапе развития ярмарок/выставок для:

- **привлечения посетителей**

32. Инфраструктура, менеджмент выставки/ярмарки, способствующий достижению высокого уровня сервиса, развитию новых видов деятельности участников этого мероприятия, являются основными показателями такой характеристики, как ...

- **динамичность выставки/ярмарки**

33. Исследование, обосновывающее экономическую целесообразность участия конкретного предприятия в выставке/ярмарке, называется:

- **выбором ярмарки/выставки**

34. К выставкам/ярмаркам, открытым для всех желающих и различных потребительских товаров, относятся:

- **региональные и местные**

35. К мероприятиям, проводимым на базе торговой ярмарки/выставки, относятся:

- **научно-технические семинары, консультации посетителей, конкурсы, рекламная компания**

36. К пунктам плана участия в выставке/ярмарке требующие большой предварительной работы, проводимой задолго до начала мероприятия, можно отнести:

- **синхронизацию времени проведения выставки/ярмарки**

37. К расходам по экспонатам относятся:

- **монтаж, таможенная очистка, подготовка экспонатов**

38. К целям участия в торговых выставках/ярмарках в аспекте продажи относятся следующие:

- **подготовка, осуществление и поддержание продаж**



39. Количество посетителей Всемирной выставки в Ганновере «ЭКСПО-2000» составило

- **40 млн. человек**

40. Коллегиальный орган, создающийся для общего руководства конкретной ярмаркой, наделяемый широкими полномочиями и несущий ответственность за выполнение стоящих перед ним задач, называется:

- **ярмарочным комитетом**

41. Косвенными выставочными/ярмарочными торговыми сделками принято считать те, которые:

- **закljučаются в ходе мероприятий, но их подготовка начинается и ведется задолго до того**

42. Коэффициент ценности выставки/ярмарки для компании равен 5. Это означает, что ...

- **денежные затраты на проведение одной торговой сделки в рамках выставки/ярмарки в 5 раз меньше, чем аналогичные затраты на одну сделку в обычном режиме**

43. Кратковременное, периодическое и проводимое в одном и том же месте мероприятие, дающее представительную картину предложения товаров/услуг одной или нескольких отраслей, — это:

- **торгово-промышленная выставка**

44. Крупнейшими выставочными центрами в России являются:

- **КВЦ Сокольники (Москва), ВВц и Нижегородская ярмарка**

45. Литература по продажам, информационные пакеты, представляемые организаторами ярмарки/выставки, позволяющие составить представление о целевом покупателе, мероприятиях, организуемых на ярмарке/выставке в порядке обучения, участниках и, в том числе, конкурентах, называется:

- **материалами по ярмарке/выставке**

46. Лицо, которое проходит на территорию ярмарки/выставки по билету, приобретенному им за свои средства или оплаченному кем-либо еще, называется:

- **посетителем**

47. Маркетинговая стратегия, определяемая отраслью, размерами предприятия, менеджментом и философией производственного планирования, может приобрести характер:

- **узконациональный, широконациональный, европейский, международный**

48. Масштаб предложения и неограниченный круг посетителей присущи:

- **торгово-промышленным выставкам**

49. Метафора, подчеркивающая, что посетитель ярмарки/выставки, будущий клиент, имеет возможность получить полное представление о выставленном товаре, — это:

- **«трехмерная торговля»**

50. Метод создания и поддержания торговой марки с использованием недорогих сувениров, на которые нанесен логотип компании, называется:

- **рекламное сообщение**

51. Минимальное число сотрудников стенда на ярмарке/выставке

- **2 человека**

52. На взаимодействие с какими субъектами ярмарки/выставки направлена рекламная кампания?

- **с посетителями**

53. На выставке/ярмарке, согласно регламенту, могут демонстрироваться разные товары, которые называются:

- **экспонатами**



54. На стадии квалификации между экспонентами и посетителями идет активная беседа по вопросам, основными среди которых являются:

- **платежеспособность посетителя, его торговые намерения, готовность к сделке и др**

55. На стадии послевыставочного соглашения между экспонентом и посетителем происходит общение, предметом которого является:

- **различные аспекты заключения торговой сделки**

56. На торговых выставках/ярмарках цены на товары устанавливаются:

- **экспоненты**

57. Назовите мероприятие, имеющее наибольший бюджет:

- **торговые ярмарки/выставки**

58. Назовите основные стадии ярмарки/выставки:

- **подготовительная стадия, стадия проведения, послепослеярмарочная/послевыставочная стадия**

59. Назовите социально-экономические факторы, определяющие стратегию и тактику рекламной кампании:

- **тип ярмарки/выставки, категория товара и особые цели экспонента**

60. Наибольший расцвет универсальных ярмарок/выставок приходится:

- **на 1920-1930 гг**

61. Направление работы ярмарок/выставок служит основным критерием для отнесения их к типу

- **информационно-ознакомительных**

62. Направления деятельности, входящие в структуру комплекса маркетинга, располагающие преимуществами непосредственной коммуникации и живого контактами с интересующими товарами и услугами, — это:

- **торговые ярмарки/выставки**

63. Направленное по почте приглашение на ярмарку/выставку должно попасть в руки приглашаемому за:

- **3 недели — 3 месяца до ее начала**

64. Необходимая информация для участников ярмарки/выставки содержится в:

- **специальных бюллетенях**

65. Неоднократное повторное использование стенда, несмотря на определенные расходы по хранению, отделке или внесению незначительных изменений, приводит к существенному снижению стоимости изготовления стенда. Условием для этого является ...

- **постоянное участие в ярмарках и выставках и относительная стабильность размеров стенда**

66. Обеспечение участников ярмарочной торговли арбитражем при ярмарочной комиссии (дирекции) относится к:

- **правовому обслуживанию ярмарки**

67. Определите, что входит в основные обязанности персонала стенда:

- **организация и осуществление участия в ярмарке/выставке**

68. Орган, следящий за ведением бухгалтерской, оперативной, статистической отчетности, заключающий договоры, назначающий и увольняющий работников ярмарки, называется:

- **дирекцией ярмарки**



69. Орган, создаваемый ярмарочным комитетом (дирекцией) на ярмарке, в задачи которого входит оценка существующей ситуации (конъюнктуры) и разработка прогноза развития рынка (спроса) по каждому виду товара, называется группой

- **маркетинга**

70. Освоении нового и трудного зарубежного рынка предполагает:

- **презентацию предприятия и его продукции, сбор информации по рынку, контакты со значительными покупателями, поиски представителя/партнера**

71. Основные требования, которым должны удовлетворять цели участия экспонента в ярмарке/выставке, — ...

- **измеримость, достижимость, реалистичность, эффективность, наличие временных рамок**

72. Основными слагаемыми успеха на ярмарке/выставке являются:

- **планирование, привлечение посетителей, персонал и получение результатов**

73. Особенности Всероссийских выставок XIX — начала XX вв. являлись:

- **бесплатное участие, показ только Российских товаров**

74. Особые причины участия в ярмарке/выставке, связанные с выпускаемой продукцией, — это:

- **проверка приемлемости конкретного товара, презентация новых товаров и расширение ассортимента предлагаемых товаров**

75. Особые причины участия в ярмарке/выставке, связанные с коммуникациями:

- **повышение популярности предприятия, активизация рекламной компании, контакты со средствами массовой информации, проработка развивающихся контактов, освоение рыночной информации**

76. Отношение общих расходов по участию в ярмарке/выставке к количеству продаж — это:

- **стоимость одной продажи**

77. Отношение общих расходов по участию в ярмарке/выставке к количеству собранных анкет — это:

- **стоимость одного установленного контакта**

78. Оценка ценности торговой выставки/ярмарки позволяет:

- **сравнить расходы на продажу в результате контакта на выставке/ярмарке с расходами на реализацию обычного торгового предложения**

79. Первая Всероссийская выставка проводилась в:

- **Санкт-Петербурге**

80. Первая Всероссийская выставка состоялась в:

- **1829 г**

81. Первая политехническая выставка в России проводилась в:

- **Москве**

82. Первое здание (комплекс зданий) в России (Москва), выстроенное специально для выставки, — это:

- **Политехнический музей**

83. Периодические мероприятия (реже постоянно действующие), проводимые с участием сотрудников посреднических организаций торговли, производителей, для совершения закупок и продажи — это:

- **оптовые ярмарки**



84. Персональные контакты, телемаркетинг, прямую почтовую рассылку, приглашение по факсу, приглашение по электронной почте, помещение информации в Интернете, публикации в литературе — это:

- **способы привлечения потенциальных клиентов**

85. Печатное издание, содержащее информацию об открытии экспозиции ярмарки/выставки это:

- **афиша выставки/ярмарки**

86. Письмо, направляемое будущим экспонентом в адрес ярмарочного/выставочного комитета, называется:

- **заявкой на участие**

87. План ярмарки/выставки включает:

- **определение цели, анализ до открытия ярмарки/выставки, планирование бюджета, определение целевой аудитории, выбор экспонентов**

88. Планирование организации ярмарки/выставки наиболее целесообразно начинать за \_\_\_\_\_ до ее начала.

- **12 месяцев**

89. По виду предложений ярмарки/выставки делятся на:

- **универсальные, многоотраслевые, отраслевые, выставки потребительских товаров**

90. По данным Бюро торговых выставок США, затраты на заключение одной сделки по «протопанной дорожке» (после окончания ярмарки/выставки с покупателем, побывавшем на вашем стенде), по сравнению с затратами на заключение сделки с незнакомым покупателем, ...

- **на 70% ниже**

91. По месту проведения ярмарки/выставки бывают:

- **местные, региональные, зональные, национальные, международные**

92. По направлениям работы выделяют следующие типы ярмарок/выставок:

- **по осуществлению продаж/заказов, информационные/ознакомительные, проводимые в целях развития коммуникации/контактов**

93. По частоте проведения ярмарки/выставки бывают:

- **сезонные, ежегодные, периодические**

94. Получать и изучать информацию о конкурентах нужно для того, чтобы ...

- **оптимизировать процесс своего участия в выставке/ярмарке**

95. Получать информацию о деятельности конкурентов по выставке/ярмарке можно

- **посещая их стенд и анализируя увиденное**

96. Помещение, разделенное на пронумерованные стенды, проектировка которого (проходы, выходы, освещение, вентиляция, противопожарная безопасность и т.д.) обеспечивает нормальную деятельность и безопасность служебного персонала, экспонентов и посетителей, называется:

- **выставочным залом**

97. Посетители из «лагеря» конкурентов, чьи интересы исчерпываются сбором информации по ценам, условиям и т.д. Их называют:

- **«шпионами»**

98. Посетители, которые своевременно планируют, кого им посетить, перемещаются по территории ярмарки/выставки со своим "распорядком дня" в руках; это профессионалы, они обычно бывают холодны в общении и требуют строго профессионального подхода. Их называют ...

- **рационалистами**



99. Посетители, страдающие отсутствием самоуверенности и толпящиеся на стендах, собирающих много посетителей. Они терпеливы, когда нужно подождать, но в то же время и требовательны. Им необходимо время, чтобы выразить свои намерения, и в их поведении часто сквозит недоверие. Их называют:

- **неуверенными в себе**

100. Посещение экспозиции стенда обеспечивается:

- **фирмой-экспонентом**

101. После окончания ярмарки/выставки начинаются(-ется):

- **встречи с клиентами по установленным контактам и исполнение сделанных заказов**

102. Правила коммуникации на выставке/ярмарке обуславливают взаимоотношения между

- **персоналом выставки/ярмарки и посетителями**

103. Правила, выполнение которых обеспечивает эффективность торговой выставки/ярмарки, называются:

- **основными законами торговых выставок/ярмарок**

104. Предметом торговли на выставке/ярмарке могут быть любые экспонаты, кроме

- **тех, которые запрещены законом**

105. Преобразованные в соответствии с техническими требованиями внутренние и внешние площади, которые используются для организации торговых ярмарок или выставок, а также и других родственными мероприятий, называются:

- **территорией ярмарки/выставки**

106. Приглашения, организованные потенциальным участникам торговой ярмарки/выставки ярмарочным комитетом, с предложением принять участие в ярмарке/выставке, называются:

- **информационными письмами**

107. Примерный перечень предприятий и организаций-участников, объем, ассортимент предполагаемой для продажи продукции, количество и структурный состав обслуживающих ярмарку работников, планировка площадей, необходимых для расположения соответствующих служб, экспозиции, определяется за \_\_\_\_\_ до открытия.

- **несколько месяцев**

108. Причины участия в ярмарке/выставке, связанные со сбытом:

- **развитие-расширение распределительных сетей, контроль их эффективности, поиски представителя, изучение распределительных сетей конкурентов**

109. Продолжительность Всемирной выставки в Ганновере «ЭКСПО-2000» составила

- **153 дня**

110. Прямой выставочной/ярмарочной торговой сделкой принято считать ту, которая:

- **закljučается на торговой выставке/ярмарке**

111. Различают следующие типы ярмарок/выставок:

- **регулярно проводимые, временные, постоянные**

112. Разработка политики предприятия, определяющей его отношение к участию в ярмарках/выставках, включает в себя следующие действия:

- **точное определение целей, составление программы действия, формирование методики осуществления поставленных задач, выработку подлежащей выполнению процедуры**





113. Рациональная схема общения продавца с посетителем на торговой ярмарке/выставке, позволяющая извлечь максимальную пользу и включающая следующие стадии: "завлечения", квалификации, объяснения и знакомства, послевыставочного соглашения — есть:

- **концепция продажи**

114. Рациональная схема общения экспонента и посетителя торговой выставки/ярмарки, как правило, состоит из:

- **четырёх стадий**

115. Регистрация в официальном каталоге ярмарки/выставки, публикация в отраслевых периодических изданиях, различные инициативы по осуществлению непосредственных контактов, прямая почтовая реклама являются:

- **средствами передачи информации о выставке/ярмарке**

116. Результаты социальных исследований показывают, что в период работы ярмарок/выставок товаров широкого потребления готов заключить коммерческое соглашение

- **один из пяти посетителей**

117. Решение потенциальных клиентов относительно посещения ярмарки/выставки — ...

- **позиция потребителей**

118. С точки зрения интереса посетителей, то есть спроса, ярмарки/выставки можно подразделить на:

- **товаров широкого потребления, технологии, инвестиции**

119. Самой крупной ярмаркой в России в XIX — начале XX вв. являлась:

- **Нижегородская**

120. Самостоятельным экспонентом выставки/ярмарки называется любой участник

- **у которого есть свой стенд**

121. Самую достоверную и полную информацию о выставках/ярмарках можно получить:

- **от организаций статистического контроля**

122. Следует избегать размещения стенда

- **фассадом в противоположенную сторону от места, где происходят различные мероприятия**

123. Совокупность лиц, наделенных основными и вспомогательными функциями, на которых лежит ответственность по организации и осуществлению участия в ярмарке/выставке называется:

- **персонал стенда**

124. Совокупность мероприятий, связанных с использованием побудительных средств и поощрительных акций, направленных на проведение покупки, — это:

- **стимулирование сбыта**

125. Совокупность предметов, специально выставленная для осмотра, покупки, — это:

- **экспозиция**

126. Совокупность процедур, цель которых заключается в проверке нового товара в условиях, приближенных к рыночным, включая определение размеров рынка, реакции потребителей и дилеров, называется:

- **тестированием товаров в рыночных условиях**

127. Современная торговая выставка — это совершение торговых сделок ...

- **по образцам**



128. Специальные или арендованные места, которые юридическое или физическое лицо, должно предварительно заказать и оплатить, называются:

- **помещениями торговых ярмарок/выставок**

129. Специфики экспонатов, стратегию позиционирования, характерные особенности самой выставки/ярмарки необходимо учитывать при:

- **проектировании конструкции стенда**

130. Способ привлечения посетителей на ярмарку/выставку, предполагающий, что составляется список существующих потенциальных клиентов, которым отправляется по несколько почтовых сообщений через определенные интервалы времени, называется:

- **прямая почтовая рассылка**

131. Способ привлечения потенциальных клиентов, предлагающий использовать персональное приглашение с вескими доводами относительно того, почему им надо посетить данный выставочный стенд, называется:

- **персональными контактами**

132. Стадия общения продавца с посетителем торговой ярмарки/выставки, задача которой является заключение сделки, называется стадией

- **послевыставочного соглашения**

133. Стадия общения продавца с посетителем, имеющая цель обратить внимание посетителя, используя различные приемы, называется стадией

- **«завлечения»**

134. Стадия объяснения и знакомства продавца-экспонента с посетителем торговой выставки имеет своей целью

- **объяснение достоинств экспонируемого товара, его потребительских качеств и пользы для потребителей**

135. Стратегия позиционирования в выставочном маркетинге — это умение ...

- **выделять экспонаты в зависимости от их положения**

136. Сценарий проведения ярмарки/выставки зависит от ряда факторов, самым важным среди которых является:

- **особые цели экспонента**

137. Такие действия, как определение типа выставки/ярмарки, категории экспонатов, изучение уровня сервиса, регламента выставки/ярмарки и др. необходимо осуществлять на этапе:

- **подготовки ярмарки/выставки**

138. Товары и другие материальные ценности, нуждающиеся в повторном перемещении в другие районы с активным спросом на них, — это:

- **предметы торговли на ярмарке/выставке**

139. Только в США существует:

- **более 10000 ярмарок/выставок в которых принимает участие 50000 компаний**

140. Торгово-промышленные ярмарки/выставки подразделяются по следующим признакам:

- **по направлению работы, виду предложения, месту проведения и частоте**

141. Традиция проведения ярмарок/выставок зародилась:

- **на Ближнем Востоке**

142. Транспортировка — это доставка на ярмарку/выставку ...

- **экспонатов**



143. Умение выставочного персонала читать язык жестов посетителя, проходящего мимо экспозиции, с целью выбора момента и стиля обращения к нему называется:

- **прочтением потенциального клиента**

144. Управление выставочной деятельностью, направленное на достижение тактических и стратегических целей деятельности компаний, используя труд, интеллект, мотивы поведения людей и другие ресурсы, — это:

- **выставочный менеджмент**

145. Участие в международной отраслевой ярмарке/выставке зависит и от того насколько производимая предприятием продукция отвечает стандартам, принятым у групп посетителей, которым адресовано участие применительно к:

- **уровню технологии, качества, внешнего вида, цены**

146. Участия в зарубежных ярмарках/выставках при классическом зарубежном рынке предполагает:

- **контакты со значительными покупателями и импортерами, презентация предприятия и его продукции, обмен информацией с потенциальными клиентами и получение заказов**

147. Участники ярмарки/выставки переводят за участие в ней взносы за:

- **аренду площадей, оплату транспортных расходов, оформление стендов, рекламно-информационное обслуживание, работу персонала**

148. Фирме целесообразно принять участие в региональной выставке/ярмарке, если ...

- **у нее имеются деловые интересы в этом регионе**

149. Формула Миллера позволяет определить:

- **число посетителей стенда**

150. Цель участия фирмы А в выставке/ярмарке состоит в установлении 50 контактов с новыми потенциальными покупателями, интересующимися предлагаемым фирмой товаром, что должно привести к 10 продажам. Поэтому фирма А должна принять участие в выставке

- **торговой**

151. Целью рекламы участия является:

- **популяризация имиджа экспонента, ознакомление посетителей с разнообразием его экспонатов и расположением стенда**

152. Ценность определенной торговой выставки/ярмарки для предприятия является высокой, это означает, что ...

- **денежные затраты на проведение торговой сделки в рамках выставки/ярмарки намного меньше, чем затраты на проведение такой же сделки, только другим способом, вне выставки/ярмарки**

153. Цены на товары на ярмарке/выставке изменяются, если ...

- **изменяется спрос на этот товар**

154. Что позволяет сразу же раскрыть цели экспонентов, наглядно показать демонстрируемые экспонаты посетителям и выявить деловые возможности экспонентов?

- **Выставочный стенд**

155. Чтобы избежать всевозможных накладок и недоразумений, монтаж экспозиции должен быть завершен:

- **за 1 сутки до открытия**

156. Экспонатами на инвестиционной выставке/ярмарке являются:

- **современные технологии**



157. Экспоненты объединяются для работы в национальные павильоны по следующему признаку:

- **экспоненты-сограждане демонстрируют достижения своей страны**

158. Экспонирование продукции высоких технологий на деревянном стенде в современных условиях является:

- **не допустимым**

159. Ярмарки/выставки, имеющие отраслевой профиль и ориентированные на отечественных специалистов — это:

- **национальные**

160. Ярмарки/выставки, имеющие строгую специализацию в отношении экспонируемой на них продукции и ориентированные, главным образом на посетителей-коммерсантов с аналогичными специальными интересами, являются:

- **отраслевыми**

161. Ярмарки/выставки, привлекающие к участию предприятия, организации ряда близлежащих регионов, которые объединяет схожесть социальных, географических, климатических условий, структуры транспортных коммуникаций, называются:

- **зональными**

162. Ярмарки/выставки, привлекающие к участию, как правило, представителей одной страны и имеющие отраслевой характер; в основном ориентированные на специалистов, — это:

- **национальные**

163. Ярмарки/выставки, рассчитанные на местную публику и открытые как для специалистов, так и для обычных посетителей, — это ярмарки/выставки ...

- **местные**

164. Ярмарки/выставки, функционирующие для оперативного удовлетворения потребителей необходимыми товарами, привлекающие посетителей в радиусе до 100 км и как правило открытые для свободного посещения, — это:

- **региональные**

165. Ярмарки/выставки, являющиеся развитой формой универсальных, представляют предлагаемые товары/услуги нескольких, обычно родственных, отраслей в их реальных масштабах — это:

- **многоотраслевые**

166. Ярмарки/выставки, являющиеся, как правило, крупными событиями и привлекающие экспонентов и посетителей со всего мира, — это:

- **международные**

---

Файл скачан с сайта [oltest.ru](http://oltest.ru)

