

«Поведение потребителей»

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

Общее количество вопросов: 426

Тест по предмету «Поведение потребителей».

1. «Обратный» подход к сегментации на основе искомой пользы начинают с исследования _____ респондентов.

- **потребительского поведения**

2. «Прямой» подход к сегментации на основе искомой пользы представляет собой процесс, состоящий из _____ фаз.

- **трех**

3. Автором концепции роскоши является:

- **В. Зомбарт**

4. Автором теории личных конструктов, оказавшей существенное влияние на психографику, является:

- **Келли**

5. Автором теории престижного потребления является:

- **Т. Веблен**

6. Адаптация реципиента к стимулу ведет к тому, что ...

- **стимул перестают замечать**

7. Актуальность удовлетворяемой потребности _____ диффузию.

- **ускоряет**

8. Апперцепция — это зависимость восприятия от особенностей ...

- **личности**

9. Атрибуты товара, используемые для оценки альтернатив покупки, называют оценочными ...

- **критериями**

10. Бихевиористский подход предполагает, что обучение есть внесение изменений прежде всего в:

- **поведение**

11. Более крупные стимулы имеют _____ стимулы меньшего размера.

- **больше шансов быть замеченными, чем**

12. Большая часть теоретических и эмпирических исследований связана с _____ инновациями.

- **динамично непрерывными**

13. Большинство новых продуктов, вводимых на рынок, представляет собой _____ инновации.

- **непрерывные**

14. Большинство теорий индивидуальных черт утверждают, что черты личности формируются в:

- **очень раннем возрасте**



15. Бюджетная прямая описывается формулой $R =$

- $P_1 g_1 + P_2 g_2$

16. В 1997 г. в России в денежной форме осуществлялось _____ расчетов между предприятиями.

- 15%

17. В варианте мультиатрибутивной модели $A_b = S_i W_i X_{ib}$ коэффициенты W_i отражают:

- **значимость, приписываемую потребителем атрибуту i**

18. В исследованиях влияния стресса на поведение потребителей Андреасон использовал список из _____ событий.

- 23

19. В конце 1920-х—начале 1930-х годов П. Лазарсфельд проводил изучение рынка с помощью:

- **опросов потребителей**

20. В маркетинговом контексте для класса реакции потребителей вместо хронологического возраста часто используется более точная переменная, а именно:

- **жизненная стадия**

21. В мотивационном конфликте «избегание-избегание» потребитель стоит перед:

- **двумя нежелательными альтернативами**

22. В мотивационном конфликте «подход-избегание» потребитель стоит перед:

- **позитивными и негативными последствиями покупки**

23. В мотивационном конфликте «подход-подход» потребитель стоит перед:

- **выбором из двух привлекательных альтернатив**

24. В настоящее время в деловой среде развитых стран Европы и США доминирует:

- **концепция сервисного маркетинга**

25. В настоящее время доля затрат на медицинскую помощь с увеличением дохода:

- **уменьшается**

26. В настоящее время доля расходов на одежду с общим ростом доходов:

- **возрастает**

27. В настоящее время наибольшее влияние приобретает концепция _____ маркетинга.

- **целевого**

28. В настоящее время тенденция равномерного снижения доли общего дохода, расходуемой на продукты питания, напитки и табак, характерна для семей:

- **с доходами от низкого до высокого**

29. В неформальной группе нормы _____ фиксируются в письменной форме.

- **редко**

30. В одном из своих исследований МакКлеелланд обнаружил, что _____ студентов с высокой потребностью в достижениях заняли должности, требующие способности рисковать, принимать решения и достигать большого успеха.

- 83%

31. В основе модели LOV лежит перечень из _____ ценностей.

- 9



32. В основе практически всех подходов к стратификации общества лежит представление о _____ классах.
- **трех**
33. В памяти сохраняется до _____ того, что увидено и услышано одновременно.
- **70%**
34. В Первой Программе ЕЭС закреплены _____ в области защиты прав потребителей.
- **5 основных задач**
35. В Первой Программе ЕЭС по защите прав потребителей провозглашались _____ потребителя.
- **5 основных прав**
36. В практике развитых стран около _____ выраженных покупателем претензий разрешаются к удовлетворению потребителя.
- **2/3**
37. В простейшем варианте мультиатрибутивной модели коэффициенты при оценках марки по различным атрибутам полагаются равными:
- **1**
38. В разделе II "Руководящих принципов для защиты интересов потребителей" ООН перечисляются _____ законных нужд потребителей, на удовлетворение которых направлены Руководящие принципы.
- **шесть**
39. В России покупка в Интернет-магазине воспринимается как _____ в традиционном розничном магазине.
- **более рискованная, чем**
40. В современных условиях роль ценностей как идентификатора принадлежности к определенному классу:
- **растет**
41. В соответствии с психоаналитической теорией _____ опосредует инстинктивные требования и моральные запреты.
- **эго**
42. В соответствии с психоаналитической теорией _____ представляет социальные или личные нормы и служит этическим принуждением поведения.
- **супер-эго**
43. В соответствии с психоаналитической теорией источником психической энергии, направленной на немедленное удовлетворение биологических и инстинктивных потребностей, является:
- **ид**
44. В состав консьюмеризма как общественного движения входят _____ основные группы.
- **три**
45. В СССР общества, клубы, ассоциации по защите прав потребителей стали зарождаться в _____ годах.
- **80-х**
46. В теории маркетинга отмечается, что маркетинговый подход впервые появился в:
- **1650 году**



47. В теории маркетинга отмечается, что маркетинговый подход впервые появился в:

- **Японии**

48. В трактовке обучения существуют два основных подхода:

- **когнитивный и бихевиористский**

49. В целом, простое, прямолинейное представление сообщения привлекает _____ сложная конфигурация.

- **больше внимания, чем**

50. Важнейшими демонстрируемыми символами социальной дифференциации служат:

- **предметы гардероба**

51. Величину относительного изменения спроса на товар при изменении дохода на 1% характеризует коэффициент:

- **эластичности спроса по доходу**

52. Величину относительного изменения спроса на товар при изменении цены этого товара на 1% характеризует коэффициент:

- **эластичности спроса по цене**

53. Визуальное представление названия продукта или услуги называют:

- **логотипом**

54. Влияние, которое изменение цены потребительского товара оказывает на его относительную дороговизну, называют эффектом:

- **замещения**

55. Воздействие, которое изменение цены товара оказывает на реальный доход, называют эффектом ...

- **дохода**

56. Восприятие потребителем _____, достаточное для активации решения называется осознанием потребности.

- **различия между желаемым и действительным состоянием**

57. Все теории индивидуальных черт личности имеют общих предположений:

- **два**

58. Вторая Программа ЕЭС о защите прав потребителей и информационной политике была принята в:

- **1981 году**

59. Второй закон Энгеля в части расходов на жилье и содержание хозяйства остается справедливым для всех групп, кроме группы с доходами:

- **самыми низкими**

60. Выдающимся защитником социальной теории личности был:

- **Адлер**

61. Высказывание о том, что наивысшую ценность должны иметь товары, обладающие наивысшей полезностью, принадлежит:

- **Ф. Галиани**

62. Высокая степень кристаллизации статуса возникает при _____ оценках измерения по всем статусным позициям.

- **согласованных**



63. Высокий уровень соответствия инновации опыту потребителей _____ ее адаптацию.

- **ускоряет**

64. Германское Федеральное агентство по охране окружающей среды учредило знак «Голубой Ангел» для товаров:

- **экологически безопасных**

65. Главный ориентир концепции маркетинга —

- **удовлетворенность потребителя**

66. Государственный комитет по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур создан при Правительстве РФ в:

- **1994 году**

67. Группа, к которой индивидум принадлежит, и референтная группа:

- **могут не совпадать**

68. Группа, которая мало структурирована и преимущественно основывается на дружеской или коллегиальной ассоциации, называется:

- **неформальной группой**

69. Группа, состоящая из отца, матери и ребенка (детей), живущих вместе, называется _____ семьей.

- **нуклеарной**

70. Группа, чья предполагаемая позиция или ценности используются индивидумом как основа для текущего поведения, называется _____ группой.

- **референтной**

71. Группу, которая характеризуется определенным, известным списком членов, а ее организация и структура зафиксированы в письменной форме, называют:

- **формальной группой**

72. Группу, с которой индивидум стремится себя ассоциировать, называют:

- **группой устремления**

73. Группу, членства в которой индивидум мотивированно избегает, называют:

- **диссоциативной группой**

74. Два или более индивидуумов, разделяющих общие нормы, ценности или верования, чье поведение взаимозависимо в силу формальных или неформальных связей, образуют:

- **группу**

75. Движущая сила, вызывающая потребительское поведение, направленное на поиск, приобретение и использование благ, называется:

- **потребительской мотивацией**

76. Действия по оценке одного или нескольких рыночных сегментов, куда компания намерена выйти со своей продукцией, называют:

- **выбором целевого рынка**

77. Действия по созданию конкурентоспособного образа товара на рынке называют _____ товара.

- **позиционированием**



78. Действия, предпринимаемые для разрядки состояния потребности, складываются в _____ потребительское поведение.

- **целенаправленное**

79. Децильный коэффициент дифференциации — показатель, характеризующий во сколько раз _____ доходы 10% самого богатого населения превышают максимальные доходы 10% наименее обеспеченного населения.

- **минимальные**

80. Динамическую ассоциативную сеть называют:

- **скриптом**

81. Для большинства товаров коэффициент эластичности спроса по доходу:

- **положительный**

82. Для всех товаров, не попадающих под действие парадокса Гиффена, коэффициенты эластичности спроса по цене:

- **отрицательны**

83. Для выявления физиологических реакций, которые трудно обнаружить обычным визуальным путем, может использоваться тест:

- **полиграфический**

84. Для измерения «акцента на внешнем» при дифференциации потребителей модель LOV использует оценки ценностей из перечисленных:

- **быть уважаемым**
- **самоуважение**
- **чувство принадлежности**

85. Для измерения «акцента на внутреннем» при дифференциации потребителей модель LOV использует оценки ценностей из перечисленных:

- **волнение**
- **достижения**
- **самореализация**
- **чувство**

86. Для измерения «акцента на межличностном» при дифференциации потребителей модель LOV использует оценки ценностей из перечисленных:

- **забава и удовольствие**
- **теплые отношения с другими**

87. Для неэластичного спроса коэффициент эластичности по цене:

- **больше нуля, но меньше единицы**

88. Для предметов первой необходимости коэффициент эластичности по доходу располагается между:

- **нулем и единицей**

89. Для предметов роскоши коэффициент эластичности по доходу как правило:

- **больше единицы**

90. Для России периода экономических реформ характерна _____ степень кристаллизации социального статуса населения.

- **низкая**

91. Для сегментирования потребительских рынков обычно используют _____ принципа(-ов).

- **четыре**



92. Для эластичного спроса коэффициент эластичности по цене:

- **больше единицы**

93. Должность омбудсмена по защите прав потребителей введена в:

- **Швеции**

94. Дополнительная полезность, которую извлекает потребитель из одной дополнительной единицы товара или услуги, называется _____ полезностью.

- **предельной**

95. Доход _____ определяет стиль потребительского поведения.

- **в значительной мере**

96. Если для двух товаров коэффициент перекрестной эластичности спроса меньше нуля, то эти товары относятся к группе:

- **дополняющих**

97. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса близок к нулю, то товары являются:

- **независимыми**

98. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса больше нуля, то товары относятся к группе:

- **замещающих**

99. Если модель товара воспринимается как идеальная, то показатель отношения, вычисленный по мультиатрибутивной модели, равняется:

- **0**

100. Жизненный стиль потребителя _____ ценности.

- **менее устойчив, чем**

101. Закон РФ «О рекламе» вступил в действие в июле ...

- **1995 года**

102. Закон спроса — _____ зависимость между ценой и величиной спроса на товар или услугу в течение определенного периода.

- **обратная**

103. Законы Энгеля представляют собой _____ общих утверждения, основанные на исследовании влияния изменений в доходах хозяйства на покупательское поведение.

- **три**

104. Замечание о том, что прямая взаимосвязь между ценностью вещи и ее полезностью в нормальных экономических условиях отсутствует, получил название «парадокса _____».

- **Смита**

105. Замещение как метод обучения содержит аспекты _____ обучения.

- **как когнитивного, так и условно-рефлекторного**

106. Заполнение формата оценки статуса П. Колемана проводится интервьюером на основе:

- **опроса респондента**

107. Идея товарного фетишизма выдвинута:

- **К. Марксом**



108. Из перечисленного, к внешним факторам, влияющим на потребительское поведение, относят:

- **социальные факторы**
- **факторы культурного характера**

109. Из перечисленного, к внутренним факторам, влияющим на потребительское поведение, относят:

- **личностные факторы**
- **социальные факторы**

110. Из перечисленного, к компенсационным правилам принятия потребительских решений относятся:

- **правило взвешенного сложения**
- **правило простого сложения**

111. Из перечисленного, к некомпенсационным правилам принятия потребительских решений относятся:

- **раздельное правило решения**
- **совместное правило решения**

112. Из перечисленного, к основным принципам рекламной деятельности, согласно Международному кодексу рекламной практики, относятся:

- **благопристойность**
- **правдивость**
- **честность**

113. Из перечисленного, к преимущественным статусным измерениям для представителей большинства этноконфессиональных групп в США относятся:

- **доход**
- **образование**
- **профессия**

114. Из перечисленного, к факторам индивидуальных особенностей личности, влияющим на поведение покупателей товаров промышленного назначения, относятся:

- **служебное положение**
- **уровень личных доходов**

115. Из перечисленного, к факторам межличностных отношений, влияющим на поведение покупателей товаров промышленного назначения, относятся:

- **полномочия**
- **статус**
- **умение убеждать**

116. Из перечисленного, к факторам окружающей обстановки, влияющим на поведение покупателей товаров промышленного назначения, относятся:

- **деятельность конкурентов**
- **стоимость получения займов**
- **условия материально-технического снабжения**

117. Из перечисленного, к факторам особенностей организации, влияющим на поведение покупателей товаров промышленного назначения, относятся:

- **организационная структура фирмы**
- **принятые методы работы**

118. Из перечисленного, основными типами влияния референтной группы на индивидуума являются:

- **идентификационный**
- **информационный**
- **нормативный**



119. Из перечисленного, согласно Ф. Котлеру, к личностным факторам относятся:

- **род занятий**
- **тип личности**
- **экономическое положение**

120. Из перечисленного, согласно Ф. Котлеру, к психологическим факторам относятся:

- **восприятие**
- **мотивация**
- **усвоение**

121. Из теорий личности, рассматриваемых при изучении поведения потребителей, наиболее эмпирически ориентирован(-а) ...

- **теория личностных черт**

122. Известно, что минимальная скидка, способная привлечь к распродаже, составляет:

- **15%**

123. Известны _____ компенсационных правил.

- **два вида**

124. Издатели и продавцы книг учитывают тот факт, что прочитывается _____ публикуемой информации.

- **5%**

125. Изменение цен на товары промышленного назначения _____ на них.

- **слабо влияет на изменение спроса**

126. Индексы, представляющие собой комбинацию нескольких индикаторов социального класса, называют _____ индексами статуса.

- **мультикритериальными**

127. Индивидуальные факторы находятся, как правило, _____ рекламодателя.

- **вне контроля**

128. Инновация, предполагающая коллективное решение, распространяется _____, что предполагает индивидуальное решение.

- **медленнее той**

129. Информацию, обрабатываемую в текущий момент времени, удерживает _____ память.

- **краткосрочная**

130. Исследования рекламы в газетах показали, что добавление одного цвета к черно-белой рекламе увеличивает продажи на:

- **41%**

131. Исторически первая форма консьюмеризм —

- **борьба с недоброкачественной продукцией**

132. К базовым потребностям из перечисленного МакКлелланд отнес потребности в:

- **власти**
- **достижении**
- **принадлежности**

133. К методам бихевиористского подхода относятся из перечисленных:

- **классической условной рефлексии**
- **проб и ошибок**



134. К методам когнитивного обучения относятся из перечисленных:

- **замещения**
- **традиционного заучивания**

135. Как правило, в процессе исследований с использованием субъективных методов респонденты склонны _____ свой собственный социальный статус.

- **завышать**

136. Калифорнийский Стэнфордский исследовательский институт разработал модель VALS в:

- **1978 году**

137. Классификация потребителей из 5 групп по времени адаптации инновации предложена в 1962 году:

- **И. Роджерсом**

138. Классификация потребностей, по Маслоу, состоит из _____ групп.

- **5**

139. Классификация рынков по поведенческим и психологическим характеристикам включает из перечисленного:

- **сегментирование по признаку потребления и искомой пользы**
- **сегментирование по психологическим признакам**

140. Классификация рынков по физическим характеристикам включает из перечисленного:

- **сегментирование по географическому принципу**
- **сегментирование по демографическому принципу**

141. Ключевые идеи теории моды сформулированы:

- **Г. Зиммелем**

142. Когнитивный подход предполагает, что обучение есть внесение изменений прежде всего в:

- **знания**

143. Компонент образа жизни, характеризующий поведенческие особенности повседневной жизнедеятельности людей, а также социально-психологические черты быта, называют _____ жизни.

- **стилем**

144. Компьютеризированный показатель статуса П. Колемана включает значение всех параметров, кроме параметра «уровень престижа занятия», с коэффициентом:

- **1**

145. Компьютеризированный показатель статуса П. Колемана включает значение параметра «уровень престижа занятия» с коэффициентом:

- **2**

146. Консультативный комитет по защите прав потребителей, в рамках Комиссии ЕС, создается в:

- **1973 году**

147. Консьюмеризм зародился в:

- **США**

148. КонфОП организовал выпуск специализированного потребительского журнала ...

- **«Спрос»**



149. Концепция жизненного цикла домохозяйства строится на выделении _____ основных возрастных групп.

- **трех**

150. Концепция жизненного цикла семьи ...

- **часто подвергается критике**

151. Концепция маркетинга впервые была изложена американскими экономистами в:

- **50-х годах XX века**

152. Концепция маркетинга рекомендует изучать потребности потенциальных покупателей:

- **до начала производства**

153. Концепция социального маркетинга появилась на рубеже _____ годов XX века.

- **60-70-х**

154. Концепция статусных групп сформулирована:

- **М. Вебером**

155. Концепция, в соответствии с которой стимулы, имеющие интенсивность, не достигающую нижнего порога, рассматриваются как действенные, получила название убеждения ...

- **подсознательного**

156. Концепция, предложенная американским социологом Дж. Кэлом, для описания класса использует систему из _____ переменных.

- **шести**

157. Кохен обнаружил, что больше одеколона и лосьона после бритья используют личности, склонные к:

- **агрессии**

158. Кохен обнаружил, что больше ополаскивателей для рта и туалетного мыла используют личности, склонные к:

- **подчинению**

159. Кохен обнаружил, что личности, склонные к _____, пьют больше чая и меньше пива.

- **отделению**

160. Коэффициентом перекрестной эластичности спроса показывает относительное изменение спроса на товар при относительном изменении ...

- **цены на другой товар**

161. Кривые, показывающие различные комбинации двух продуктов, имеющих одинаковую полезность для потребителя, называются кривыми ...

- **безразличия**

162. Критерий «персональные достижения» затрагивает:

- **как профессиональную, так и непрофессиональную сферу**

163. Легкоапробируемые товары распространяются _____ те, апробация которых связана с существенными сложностями.

- **быстрее, чем**

164. Лица и организации, покупающие товары и услуги, которые используются при производстве других товаров или услуг, продаваемых, сдаваемых в аренду или поставляемых другим потребителям, образуют:

- **рынок товаров промышленного назначения**



165. Люди более склонны замечать раздражители, обладающие следующими свойствами из перечисленных:

- отличающиеся значениями от обычных
- появления которых ожидают
- связанные с имеющимися в данный момент потребностями

166. Люди, склонные к риску, способные принимать на себя финансовые и социальные затраты неудачной покупки, образуют группу:

- новаторов

167. Марка, нацеленная на средний класс, в общем случае должна выигрывать от позиционирования как продукт для _____ класса.

- высшего — среднего

168. Маркетинг впервые получил статус академической дисциплины в:

- США

169. Маркетинг, основанный на том, чтобы предлагать продукты или услуги, о существовании которых потребителям еще не известно, называется:

- маркетингом, формирующим запросы

170. Маркетинг, построенный на умении определить, когда латентная потребность станет реальной, называется:

- предвосхищающим маркетингом

171. Маркетинг, при котором продавец определяет различия между рядом сегментов рынка, называется маркетингом ...

- целевым

172. Маркетинг, при котором продавец представляет два или более вида продукции, отличающихся характеристиками, сортами, качеством, размером, называется маркетингом ...

- с дифференциацией товаров

173. Маркетинговая задача активизации осознания общей проблемы возникает в ситуации _____ характера потребности.

- латентного

174. Массовое потребительское движение началось на рубеже _____ столетий.

- XIX и XX

175. Матрица Жизненный цикл домохозяйства / Социальная стратификация предложена:

- Э. Хокинсом

176. Между памятью и воспринимаемой информацией существует _____ зависимость.

- прямая и обратная

177. Метод исследования мотивации, при котором рассказывают историю о людях, изображенных на рисунке, называется:

- тестом тематической апперцепции

178. Метод фокус-групп соединяет в себе элементы:

- опроса и наблюдения

179. Метод, предполагающий фокусировку маркетинговых усилий на покупателях, представляющих наибольший интерес, получил название метода:

- «винтовки»



180. Методы исследования мотивации, при которых потребители заканчивают данное исследование предложением, называются методами:

- **завершения**

181. Методы исследования мотивации, при которых потребители отвечают на последовательность слов первым приходящим на ум словом, называются методами:

- **ассоциации**

182. Минимальное изменение в интенсивности стимула, замечаемое индивидуумом, называется порогом ...

- **различия**

183. Минимальных изменений в потребительском поведении требует _____ инновация.

- **непрерывная**

184. Минимум интенсивности, необходимой для возникновения ощущения, называется порогом ...

- **абсолютным**

185. Множество аналогичных товаров многих производителей называют _____ ассортиментом.

- **насыщенным**

186. Модель AIO описывает жизненный стиль потребителя по параметрам, объединенным в _____ группы (групп).

- **три**

187. Модель VALS в значительной степени основывается на:

- **теории потребностей Маслоу**

188. Модель VALS делила американских потребителей на три основные группы, самой малочисленной из которых оказалась:

- **ведомые нуждой**

189. Модель VALS делила американских потребителей на три основные группы, самой многочисленной из которых оказалась:

- **направляемые извне**

190. Модель VALS-2 делит американское общество на _____ сегментов по двум направлениям.

- **8**

191. Модель Мерфи и Стэйплза жизненного цикла семьи включает _____ стадий.

- **13**

192. Модель поведения, объективно заданную социальной позицией личности в системе общественных или межличностных отношений, называют:

- **социальной ролью**

193. Модель потребительского поведения домохозяйства предполагает исполнение основных _____ ролей.

- **пяти**

194. Модель привлекательности розничного магазина имеет вид:

$$MS_i = \frac{S_i / T_i^A}{\sum_{i=1}^n (S_i / T_i^A)}$$



195. Мотивы приобретения товара, о которых потребитель открыто заявляет, называются:

- **декларированными**

196. Мотивы, о которых респондент отказывается говорить прямо, называются:

- **латентными**

197. Мультиатрибутивная модель с «идеальной точкой» I_i имеет вид: $A_b =$

- **$S_i W_i I_i - X_{ib} 1/2$**

198. На качественном подходе к оценке переменных личности основаны из перечисленных теорий личности:

- **психоанализ**
- **социальная теория**

199. На рынке покупателя предложение как правило:

- **превышает спрос**

200. На рынке продавца спрос:

- **превышает предложение**

201. На рынке товаров промышленного назначения существует _____ ситуаций совершения закупки.

- **три основных вида**

202. Наиболее велик объем поиска для покупателей _____ уровнем знания о продукте.

- **со средним**

203. Наиболее популярный метод оценки привлекательности печатной рекламы:

- **баллы Старча**

204. Наиболее распространенным методом разделения рынка является сегментирование по принципу:

- **демографическому**

205. Наиболее сложные переговоры обычно приходится проводить в ситуации:

- **закупки для решения новых задач**

206. Наибольшее количество владельцев собственных жилищ находятся на этапе жизненного цикла семьи:

- **«Пустое гнездо» 1-я стадия**

207. Наибольшее распространение маркетинга как идеологии бизнеса и способа работы относится к:

- **50-60 годам XX века**

208. Наименьшее число решений приходится на долю покупателя, совершающего ...

- **повторную закупку без изменений**

209. Насыщение рынка товарами считается одной из основных характеристик этапа _____ ориентации.

- **рыночной**

210. Наука, изучающая образ жизни потребителей, получила название:

- **психологии**

211. Начало эры производства в концепции производства товаров в США датируется серединой ...

- **XIX века**



212. Начальный анализ, основанный на физических свойствах стимула, проводит _____ память.

- **сенсорная**

213. Неактивная проблема формирует _____ спрос.

- **латентный**

214. Неосознаваемое воспроизведение человеком поведения другого называют:

- **моделированием**

215. Непосредственное инструктирование детей родителями или старшими в семье вести себя определенным образом называют:

- **инструментальным тренингом**

216. Несколько видов связанных между собой товаров называют _____ ассортиментом.

- **широким**

217. Низкий уровень знания потребителями цен _____ эффективность ценовых преимуществ в конкуренции.

- **снижает**

218. Новаторы составляют порядка _____ среди всех потребителей.

- **2,5%**

219. Новизна продукта определяется:

- **восприятием потенциального рынка**

220. Обобщенные представления или ожидания, определяющие поведение людей, называют:

- **ценностями**

221. Обучение — это _____ изменение в содержании или организации долгосрочной памяти человека.

- **любое**

222. Общее сегментационное исследование представляет собой _____ информации.

- **формализованную процедуру обработки**

223. Общественное движение, направленное на обеспечение прав потребителей, получило название:

- **консюмеризма**

224. Объект, воспринимаемый как неизвестный ранее индивидуумом или группой, называют:

- **инновацией**

225. Объектом «Поведения потребителей» в индивидуалистической традиции является:

- **человек**

226. Объем денежного оборота рынка товаров промышленного назначения _____ рынка товаров широкого потребления.

- **больше соответствующего показателя**

227. Обычно однокритериальные показатели в предсказании индивидуальной социальной позиции в обществе _____ мультикритериальные.

- **менее точны, чем**

228. Один из первых мультикритериальных показателей социального статуса разработан американским исследователем А. Уорнером в:

- **1941 году**



229. Одним из лучших однокритериальных индикаторов социального класса считается:

- **профессия**

230. Около _____ всей информации интерпретируется ошибочно или неточно.

- **30%**

231. Около _____ недовольных потребителей товаров высокой вовлеченности предъявляют претензии продавцу или производителю.

- **трети**

232. ООН объявило _____ Всемирным днем потребителей.

- **15 марта**

233. Определенную группу потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов, называют _____ рынка.

- **моделью**

234. Осмотр или апробация товара относится к _____ источникам информации.

- **экспериментальным**

235. Основной детерминантой категоризации стимулов считаются:

- **знания**

236. Основной единицей потребления для большинства потребительских товаров является:

- **домохозяйство**

237. Основной элемент стратегии промышленного маркетинга, рассчитанной на привлечение и удержание клиентуры, — это _____ продажа.

- **комплектная**

238. Основным орудием сбыта товаров промышленного назначения остается:

- **техника личной продажи**

239. Основоположник учения об условной рефлексии:

- **Павлов**

240. Основоположником психоаналитической теории является:

- **Фрейд**

241. Основываясь на уровне расхождения действительного и идеального «я», Уайт разделил потребителей на _____ группы (групп).

- **три**

242. Особенностью совершения розничных покупок на современном этапе в развитых странах является наблюдаемый рост:

- **покупок на дому**

243. Относительный доход в своей профессиональной группе — это отношение дохода к _____ доходу в той же профессиональной группе.

- **Среднему**

244. Отношение приращения количества товара 1 в потребительской корзине (Dg_1) к приращению товара 2 (Dg_2) при сохранении уровня полезности называется нормой ...

- **замещения**

245. Отрицательный рыночный разрыв _____ с ростом благосостояния потребителей.

- **увеличивается**



246. Первая маркетинговая ассоциация была создана в США в:

- **1930 году**

247. Первая программа по защите прав потребителей принята ЕЭС в:

- **1975 году**

248. Первая университетская лекция по маркетингу была прочитана в:

- **1905 году**

249. Первое исследование по психографике было проведено в:

- **1930 году**

250. Первой моделью количественного исследования жизненных стилей потребителей была модель:

- **AIO**

251. Первоочередным источником, используемым потребителем является _____ информация.

- **внутренняя**

252. Первый закон об ограничении монополистической деятельности был принят в США в:

- **1890 году**

253. Первый протест потребителей, зафиксированный документально, произошел в США в:

- **1775 году**

254. Первый университетский учебник по курсу «Поведение потребителей» появился в США в конце _____ годов XX века.

- **60-х**

255. Первый этап построения мультикритериального показателя заключается:

- **в выборе направлений измерения статуса**

256. Первым этапом расширенной модели процесса потребительских решений считается:

- **осознание потребности**

257. Перемены в стиле жизни, как правило, _____ общую удовлетворенность покупками.

- **снижают**

258. Платчик выделяет основных эмоциональных категорий:

- **восемь**

259. По данным исследования компании «A.C. Nielsen» в области продаж продуктов питания и предметов поддержания здоровья и красоты только _____ неудовлетворенных потребителей доводят свои претензии до производителя.

- **3%**

260. По данным Хокинса, _____ всех покупок в супермаркете делается на основе решений, принимаемых в самом магазине.

- **2/3**

261. По диапазону распространения рынки делятся на категории из перечисленных:

- **международные и национальные**
- **региональные и местные**

262. По концепции PAD, в основе всех эмоций лежат _____ основных измерения (измерений).

- **три**



263. По критерию покупательских намерений все покупки делятся на группы, число которых составляет:

- **пять**

264. По Маслоу, потребность в безопасности принадлежит к потребностям _____ уровня.

- **второго**

265. По Маслоу, потребность в самоактуализации принадлежит к потребностям _____ уровня.

- **пятого**

266. По Маслоу, потребность в самооценке принадлежит к потребностям _____ уровня.

- **четвертого**

267. По мере того как потребитель увеличивает потребление товара или услуги, предельная полезность каждой дополнительной единицы товара или услуги:

- **сокращается**

268. По мнению Демби, психографику, в целом, можно рассматривать как практическое применение поведенческих и _____ наук к области маркетинговых исследований.

- **социальных**

269. По мнению П. Лазарсфельда, исследование потребительского поведения, должно «рассматривать взаимодействие _____ широких множеств переменных».

- **трех**

270. По результатам исследования Лансинга и Моргана доход семьи достигает пика в тот период, когда:

- **есть финансово зависимые дети**

271. По степени сложности решаемой проблемы все процессы принятия решения потребителями, соответственно, делятся на:

- **три типа**

272. По Ф. Котлеру, на этапе жизненного цикла семьи «Пустое гнездо» 2-я стадия происходит _____ доходов.

- **резкое сокращение**

273. По Ф. Котлеру, пик покупки жилья приходится на этап жизненного цикла семьи «Полное гнездо» _____ стадия.

- **1-я**

274. По Энгелю, с ростом доходов семьи процент расходов на жилье и одежду ...

- **остаётся неизменным**

275. По Энгелю, с ростом доходов семьи процент расходов на отдых и образование:

- **увеличивается**

276. По Энгелю, с ростом доходов семьи процент расходов на питание:

- **уменьшается**

277. Побудительные факторы маркетинга развернутой модели покупательского поведения Ф. Котлера включают в себя:

- **четыре элемента**



278. Побуждение к деятельности, являющееся свойством личности (группы), возникающее при осознании потребностей, называют:

- **мотивацией**

279. Под интерпретацией понимают:

- **приписывание значений своим ощущениям**

280. Показатель социальной позиции статуса Холлингшеда является:

- **двухкритериальным**

281. Показатель социальной позиции Холлингшеда допускает компенсацию низкого значения показателя образования высоким значением показателя:

- **профессии**

282. Показатель того, как много денег имеет в распоряжении индивидум для расходов на товары и услуги, не являющиеся необходимыми для поддержания желаемого стиля жизни, называется _____ дискреционным доходом.

- **субъективным**

283. Показатель, характеризующий величину когнитивных ресурсов потребителя, занятых обработкой данного стимула, называют _____ внимания.

- **интенсивностью**

284. Покупателя, совершающего инерционные покупки, _____ переключить на другую марку.

- **легко**

285. Покупку компьютера можно отнести к _____ потребительским проблемам, требующим принятия решения.

- **расширенным**

286. Покупку относительно простых приборов домашнего обихода относят к _____ потребительским проблемам, требующим принятия решения.

- **ограниченным**

287. Покупку товаров повседневного спроса относят к _____ потребительским проблемам, требующим принятия решения.

- **простым**

288. Полезность товаров при их изобилии стремится к:

- **0**

289. После применения оценочных критериев набор осведомленности делится на:

- **три группы**

290. Последний этап модели Ф. Котлера о принятии решения о покупке состоит в:

- **реакции на покупку**

291. Последним этапом расширенной модели процесса потребительских решений считается:

- **избавление**

292. Посредничество родителей в восприятии детьми рекламы состоит в:

- **интерпретации сообщений**

293. Потребительский набор, лежащий в области бюджетной совокупности и обеспечивающий максимальную полезность данному потребителю, называется:

- **оптимальным**



294. Потребительское поведение _____ определяется системой социальной стратификации.
- **лишь отчасти**
295. Потребность в определенных товарах и услугах, выраженная в желании и способности их купить, представляет собой:
- **спрос**
296. Появление ощущения связано с _____ пороговыми значениями интенсивности стимулов.
- **три**
297. Практически все методы, применявшиеся в психографических исследованиях, использовали _____ набором возможных ответов.
- **объективные вопросы с фиксированным**
298. Преданность покупателя данной марке или компании называют _____ марке (компании).
- **лояльностью**
299. Предвосхищающий маркетинг _____ маркетинг реагирования.
- **более рискован, чем**
300. Предпокупочная оценка продуктовых альтернатив предполагает _____ выбора.
- **сужение**
301. Предположения и убеждения потребителя по поводу объекта составляют _____ компонент отношения.
- **когнитивный**
302. Президент Дж.Кеннеди в своем послании к Конгрессу США, названном «Специальное сообщение по защите интересов потребителя», перечислил _____ потребителя.
- **4 основных права**
303. При вычислении показателя социальной позиции Холлингшеда балл образования учитывается с коэффициентом:
- **4**
304. При вычислении показателя социальной позиции Холлингшеда балл профессии учитывается с коэффициентом:
- **7**
305. При использовании лексиграфического правила принятия потребительских решений выбирается марка, ...
- **лучшая по наиболее значимым критериям**
306. При математическом моделировании поведения потребителя каждой потребительской корзине (g_1, g_2) ставится в соответствие некоторое число U , называемое:
- **полезностью**
307. При недостатке времени потребители более склонны к покупке _____ моделей.
- **опробованных**
308. При решении ограниченной проблемы осознание потребности почти прямо ведет к:
- **покупочному действию**



309. Продажи дополнительных товаров покупателям, пришедшим купить рекламируемый предмет, называются _____ продажами.

- **избыточными**

310. Простая модель покупательского поведения Ф. Котлера состоит из _____ блоков.

- **трех**

311. Простая модель процесса принятия решений, предложенная Ф. Котлером включает:

- **5 этапов**

312. Простота инновации в понимании и использовании _____ диффузию.

- **ускоряет**

313. Процесс диффузии — от введения продукта на рынок до насыщения рыночного сегмента — может занимать от нескольких дней до:

- **нескольких лет**

314. Процесс идентификации связей между жизненными ценностями потребителя и атрибутами продукта называется:

- **леддерингом**

315. Процесс использования установленного отношения между стимулом и реакцией для обучения некоторой реакции на различные стимулы называется методом:

- **классической условной рефлексии**

316. Процесс приема инновации потребителями и ее распространения на рынке называют _____ инноваций.

- **диффузией**

317. Процесс приобретения молодыми людьми умений, знаний и отношений, затрагивающих их функционирование на рынке в качестве потребителей, называют потребительской ...

- **социализацией**

318. Процесс разделения рынка на несколько относительно однородных групп потребителей, интересующихся одинаковыми товарами или услугами, называется _____ рынка.

- **сегментированием**

319. Процесс распространения инновации на рынке называют _____ процессом.

- **диффузным**

320. Процесс, посредством которого индивид отбирает, организует и интерпретирует поступающую информацию для создания значимой картины окружающего мира, называют:

- **восприятием**

321. Процесс, посредством которого стимулы размещаются реципиентом в существующие категории значений, называется:

- **когнитивной интерпретацией**

322. Прочность и длительность сохранения приобретенной реакции связывают с:

- **силой обучения**

323. Психологическая теория утверждает, что структура человеческой личности состоит из _____ компонентов.

- **трех**



324. Развитие «Поведения потребителя» как отдельной учебной дисциплины началось в рамках кафедры ...

- **маркетинга**

325. Раздел III "Руководящих принципов для защиты интересов потребителей" ООН содержит _____ рубрик, охватывающих основные сферы защиты интересов потребителей.

- **семь**

326. Раздел IV "Руководящих принципов для защиты интересов потребителей" в качестве основного рассматривает вопрос:

- **международного сотрудничества**

327. Раздельное правило решения устанавливает минимальный уровень требований потребителя к продукту:

- **только по значимым критериям**

328. Размер товарной номенклатуры рынка товаров промышленного назначения _____ рынка товаров широкого потребления.

- **больше соответствующего показателя**

329. Размещение объекта в визуальном поле человека называют:

- **позицией**

330. Разнообразные, не связанные между собой товары называют _____ ассортиментом.

- **смешанным**

331. Разработка концепции «общества потребления» принадлежит:

- **П. Бодрийяру**

332. Разработка порядка _____ новых товаров в США представляет собой коммерческую неудачу.

- **80%**

333. Разработчиков маркетинговых стратегий в большей степени интересуют _____ ценности.

- **сильно изменяющиеся**

334. Ранговая шкала профессий, основанная на уровне образования и доходе индивидуумов при конкретном занятии, разработана:

- **П. Дунканом**

335. Ранжирование по оценочным критериям применяется в следующем правиле принятия потребительских решений:

- **исключения по аспектам**

336. Резкое расширение рекламных воздействий является характерной чертой этапа _____ ориентации.

- **сбытовой**

337. Результаты, увеличивающие вероятность повторения такого же поведения в будущем, называются:

- **подкреплением**

338. Реклама относится к _____ источникам информации.

- **маркетинговым**



339. Ремаркетингом называется маркетинговая деятельность на рынке _____ товаров.
- **поддержанных**
340. Респонденты в процессе исследований с использованием субъективных методов, как правило, _____ размер среднего класса.
- **преувеличивают**
341. Решение расширенной проблемы — это решение _____ степени вовлеченности потребителя.
- **высокой**
342. Решения, принимаемые членами домохозяйства, по критерию доминирования разделяются на _____ основных(-е) групп(-ы).
- **четыре**
343. Риск, ассоциируемый потребителем с инновацией, _____ диффузию.
- **замедляет**
344. Российский закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» принят в:
- **1991 году**
345. Рост доходов потребителя _____ как правило, объем поиска.
- **сокращает**
346. Рост размера группы, как правило, _____ интенсивности персональных контактов.
- **сопровождается некоторым снижением**
347. Рыночная ситуация, в которой потребитель уже имеет идеальную потребительскую корзину, максимально удовлетворяющую его потребности, называется точкой:
- **насыщения**
348. Ряд кривых безразличия, каждая из которых представляет разный уровень полезности, называется _____ безразличия.
- **картой**
349. С ростом дохода домохозяйства доля затрат в бюджете домохозяйства на товары не первой необходимости:
- **растет**
350. С ростом дохода домохозяйства доля затрат в бюджете домохозяйства на товары первой необходимости:
- **падает**
351. С ростом мобильности населения и развитием всеобщей телекоммуникации рыночные сегменты, выделенные на основе географических факторов:
- **теряют значение**
352. С ростом сложности покупки уровень вовлеченности:
- **возрастает**
353. Самообслуживание используется достаточно широко для товаров _____ вовлеченности.
- **низкой**
354. Самым важным решением промежуточного продавца является выбор:
- **товарного ассортимента**



355. Самым распространенным методом выявления и исследования проблем потребителей является:
- **опрос**
356. Самым рискованным видом маркетинга является:
- **маркетинг, формирующий запросы**
357. Сбором информации об атрибутах потенциальной покупки домохозяйства занят:
- **зачинщик**
358. Сегментирование рынка на основе искомой пользы проводится с начала _____ годов XX в.
- **60-х**
359. Сила нормативного пресса определяется _____ восприятием выгоды от реализации нормы.
- **индивидуальным**
360. Сильные, относительно неконтролируемые чувства, воздействующие на поведение, называют:
- **эмоциями**
361. Система измерения А. Уорнера основана на _____ социоэкономических факторах.
- **четырёх**
362. Ситуация, когда индивидуум подвергается воздействию стимула и при этом обеспечивается возможность активирования одного или более его органов чувств, получила название:
- **экспозиции**
363. Склонность реагировать определенным образом на объект формирует _____ компонент отношения.
- **поведенческий**
364. Скорость гашения начального обучения ...
- **обратно пропорциональна силе**
365. Сложность оценки потребительской выгоды инновации _____ процесс диффузии.
- **замедляет**
366. Совместное правило решения устанавливает _____ уровень оценки продукта по каждому из атрибутов.
- **минимальный**
367. Совокупность отличительных психологических характеристик человека, обеспечивающих относительную последовательность и постоянство его ответных реакций на окружающую среду, называют:
- **типом личности**
368. Современный этап товаропроизводства и маркетинга называют этапом:
- **маркетинга сервиса**
369. Согласно П. Друкеру, цель маркетинга состоит в том, чтобы сделать усилия по _____ ненужными.
- **сбыту**
370. Согласно положению П. Друкера, мнение людей бизнеса о потребителях чаще всего:
- **в принципе неверно**



371. Согласно положению П. Друкера, потребителем является тот, кто ...

- **принимает решение о покупке**

372. Согласно российскому законодательству государственный контроль за соблюдением законов в области защиты прав потребителей возлагается на:

- **Федеральный антимонопольный орган**

373. Сомнения и беспокойство по поводу сделанной покупки называют:

- **послепокупочным диссонансом**

374. Сообщения, переданные с ускорением темпа, называются:

- **сжатыми**

375. Социально-классовая система предполагает иерархическое разделение общества на группы:

- **по трем критериям**

376. Союз потребителей создан в США в:

- **1936 году**

377. Союз потребителей США насчитывает ныне более _____ человек.

- **5 миллионов**

378. Способность определить потребности клиента и найти реальное решение — это:

- **маркетинг реагирования**

379. Спрос на продукты длительного срока хранения _____ спрос на скоропортящиеся товары.

- **более чувствителен к цене, чем**

380. Спрос на товары промышленного назначения обычно _____ на товары широкого потребления.

- **меняется резче, чем**

381. Статическую ассоциативную сеть называют:

- **схемой**

382. Субъективную оценку человеком свойств конкретного товара называют:

- **полезностью**

383. Существует _____ общепризнанных видов восприятия.

- **пять**

384. Сформированный потребителем набор приемлемых альтернатив называется набором:

- **осведомленности**

385. Считается, что полезность каждого продукта может изменяться от:

- **нуля до бесконечности**

386. Теория активной половины говорит о том, что в отношении многих групп продуктов 50% потребителей берут на себя _____ потребления.

- **80%**

387. Термином «ямми» обозначается социальная группа:

- **«молодые матери, делающие карьеру»**

388. Термином «яппи» обозначается социальная группа:

- **«городские молодые профессионалы»**



389. Термином «япс» обозначается социальная группа:

- **«молодые честолюбивые профессионалы»**

390. Товары одного производителя называют _____ ассортиментом.

- **замкнутым**

391. Точка, в которой дополнительный рост интенсивности стимула не оказывает влияния на ощущение, называется:

- **верхним порогом**

392. У. Прайд и О. Феррел выделяют _____ в развитии концепции производства товаров в США.

- **три этапа**

393. Убеждения — _____, в основе которых лежат какие-либо представления, идеи, принципы, существенно определяющие отношение человека к действительности и его поступки.

- **личностные образования**

394. Уравнение «человеческого обмена» для описания динамики подчинения нормам предложено:

- **Л. Хомэнсом**

395. Уравнение, связывающее величину изменения восприятия (ΔI) с величиной значения стимула (I) через константу K , имеет вид $K =$

- **$\Delta I / I$**

396. Условие значимости выделяемых социальных классов требует существования прежде всего значимых ...

- **поведенческих различий**

397. Устойчивая организация мотивационного, эмоционального и когнитивного процессов, в приложении к аспектам среды, называется:

- **отношением**

398. Устоявшиеся формы бытия человека в мире, находящие свое выражение в его деятельности, интересах, убеждениях, называют:

- **образом жизни**

399. Утверждение: «Товар покупается не потому, что он имеет стоимость, а потому, что он есть "потребительная стоимость" ...» принадлежит:

- **К. Марксу**

400. Уэллс и Гьюбар обнаружили, что для предсказания расходов на _____ главной характеристикой стадии жизненного цикла семьи является возраст.

- **предметы одежды**

401. Ф. Котлер выделяет _____ этапов жизненного цикла семьи.

- **девять**

402. Фокус-группы включают обычно от _____ человек целевой аудитории.

- **5 до 15**

403. Фокус-группы обычно включают от _____ сходных по выбранному параметру индивидуумов.

- **8 до 12**

404. Фокусировку внимания на конкретном объекте называют _____ внимания.

- **направлением**



405. Формирование набора существенных переменных, определяющих тот или иной социальный класс, ведется с _____ годов XX века.

- **20-х**

406. Формула для подсчета коэффициента эластичности спроса по цене записывается следующим образом: $E_p =$

- **$DQ / Q : DP / P$**

407. Формула общей оценки альтернативы по правилу взвешенного сложения имеет вид:

$$R_b = \sum_{i=1}^n W_i B_{ib}$$

-

408. Формула общей оценки альтернативы по правилу простого сложения имеет вид:

$$R_b = \sum_{i=1}^n B_{ib}$$

-

409. Функция Кобба-Дугласа, при ее использовании для моделирования полезности, имеет вид $U =$

- **$g_1^a g_2^b$**

410. Характерная черта современного направления в дисциплине «Поведение потребителей» — это акцентирование _____ проблем.

- **социальных**

411. Хорошее настроение способствует совершению _____ покупок.

- **импульсивных**

412. Хранение информации, непосредственно получаемой органами чувств, обеспечивает _____ память.

- **сенсорная**

413. Целевой маркетинг предусматривает проведение _____ основных стадий.

- **трех**

414. Целевые торговые бригады создаются для совершения ...

- **закупки для решения новых задач**

415. Целенаправленное и непрерывное отслеживание реального потребительского поведения проводится методом:

- **наблюдения**

416. Число покупателей на рынке товаров промышленного назначения _____ покупателей рынка товаров широкого потребления.

- **меньше числа**

417. Шкала «подчинение — агрессивность — отделение» была разработана на основе концепции:

- **Хорни**

418. Шкала, связывающая терминальные и инструментальные ценности, это шкала:

- **Рокеча**

419. Эксперимент, показавший, что человек склонен вести себя так, чтобы не противоречить групповому консенсусу, был проведен в 1951 году:

- **А. Асчем**



420. Экспрессивные роли состоят в _____ поддержке принятия решения о покупке другим членом семьи.

- **эмоциональной**

421. Эмоциональную или чувственную реакцию, вызванную стимулом, называют:

- **аффективной интерпретацией**

422. Эмоциональные реакции на объект формируют _____ компонент отношения.

- **аффективный**

423. Энджел делит память на _____ компонентов(-а).

- **3**

424. Эра продаж в концепции производства товаров в США длится с 20-х до _____ годов XX века.

- **50-х**

425. Этап товарной ориентации характеризуется:

- **значительным превышением спроса над предложением**

426. Эффект показательного потребления называют эффектом:

- **Веблена**

Файл скачан с сайта oltest.ru

