

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРИДНЕСТРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Т.Г. ШЕВЧЕНКО
Бендерский политехнический филиал

Кафедра «Экономика строительства и теории коммуникаций»



УТВЕРЖДАЮ

на заседании кафедры
«30» августа 2024г., протокол №1
зав. кафедрой

Е.В.Корниевская

Фонд оценочных средств

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.Б.20 «Маркетинг»

(наименование дисциплины)

5.38.03.01 «Экономика»

(код и наименование направления подготовки)

«Экономика предприятий и организация (строительство)»

(наименование профиля подготовки)

бакалавр

Квалификация (степень) выпускника

форма обучения

очная

Год набора 2022г.

Разработал:

ст. преподаватель

 В.П.Пысларь

" 30 " 08 2024г.

Бендеры, 2024

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко»

Бендерский политехнический филиал
Кафедра «Экономика строительства и теории коммуникаций»

Итоговый тест к экзамену

1.Маркетологу поручено провести рекламную кампанию с ограниченным бюджетом. Какое решение наиболее рационально?

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) Заказать рекламу на телевидении, несмотря на высокую стоимость
- 2) Определить целевую аудиторию и выбрать эффективный, но недорогой канал продвижения
- 3) Использовать все возможные каналы без анализа
- 4) Скопировать действия конкурента вне зависимости от их результата

2.Компания планирует запустить новый продукт. Каков первый шаг в рамках правомерного и эффективного маркетинга?

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) Начать продажу без анализа рынка
- 2) Определить задачи маркетинга, исследовать рынок и учесть законодательные ограничения
- 3) Сразу закупить большую партию товара
- 4) Ориентироваться только на мнение внутренней команды

3.Что из перечисленного представляет собой количественный метод анализа потребительского поведения?

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) Интервью с несколькими клиентами
- 2) Фокус-группа
- 3) Онлайн-опрос с последующим расчетом среднего балла удовлетворенности
- 4) Изучение мнений экспертов

4.Какой из инструментов чаще всего используется маркетологом для анализа статистических данных?

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) Видеоредактор
- 2) Графический редактор
- 3) Электронные таблицы с функциями обработки данных (например, Excel)

4) Онлайн-калькулятор

5. К каналам личной коммуникации можно отнести:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) общение одного лица с аудиторией
- 2) прямую почтовую рекламу
- 3) рекламу по телевидению
- 4) печатную рекламу

6. Прямой маркетинг - это:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем
- 2) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей
- 3) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения
- 4) благожелательное представление товара в СМИ

7. К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению?

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) товары импульсной покупки
- 2) товары особого спроса
- 3) товары постоянного спроса
- 4) товары предварительного выбора

8. Затраты фирмы на рекламу составляют:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) 1 % от суммы продаж
- 2) 2-10 % от суммы продаж
- 3) 20 % от суммы продаж
- 4) зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы

9. Согласно теории мотивации Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) потребность в любви
- 2) потребность в безопасности
- 3) физиологические потребности
- 4) потребность в саморазвитии

10. Что является главным в определении маркетинг:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) сбыт товара
- 2) снижение издержек производства
- 3) удовлетворение потребностей потребителей

4) установление цены товара

11. Главное отличие пропаганды от рекламы в:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) ее платности
- 2) ее личном характере
- 3) ее общественном характере
- 4) она не оплачивается

12. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) пяти элементов
- 2) шести элементов
- 3) девяти элементов
- 4) трех элементов

13. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) географическому
- 2) демографическому
- 3) поведенческому
- 4) психографическому

14. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) реклама
- 2) стимулирование сбыта
- 3) обратная связь
- 4) все перечисленные

15. Конкурсы, премии и льготы являются специфическими приемами:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) прямого маркетинга
- 2) пропаганды
- 3) рекламы
- 4) стимулирования сбыта

16. Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) изучение товара
- 2) изучение рынка
- 3) изучение покупателей

4) изучение конкурентов

17. Технология публич рилейшнз включает:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) анализ, исследования и постановку задач
- 2) разработку программы и сметы
- 3) осуществление программы оценку результатов и доработку программы
- 4) все вышеперечисленное

18. На этапе роста затраты на маркетинг:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) относительно высокие
- 2) сокращаются
- 3) высокие
- 4) Низкие

19. Реклама выступает как:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) средство живого общения с покупателями
- 2) способ диалога с аудиторией
- 3) средство увещевания
- 4) средство установления тесных контактов с потребителями

20. К преимуществам специализированного рекламного агентства можно отнести:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1) значительный практический опыт агентства
- 2) сотрудники заинтересованы в успех мероприятий
- 3) экономию средств
- 4) все вышеперечисленное