

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

**Экономический факультет**

**Кафедра экономической теории и мировой экономики**

Утверждаю  
Зав. кафедрой  
Сенокосова Л.Г..  
протокол № 1 « 01 » 09 2023 г.



**Фонд оценочных средств**  
по дисциплине

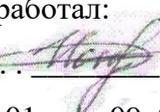
**Б.1.В.07 Маркетинговые стратегии в международном бизнесе**

Направление:  
38.04.01 «Экономика»

Профиль  
«Международная экономика»  
Квалификация  
магистр

Форма обучения  
заочная

ГОД НАБОРА 2023

Разработал:  
доц.  О.Ю. Ионку  
« 01 » 09 2023 г.

Тирасполь 2023 г.

## Вопросы к экзамену:

**1. Что является основной целью разработки маркетинговой стратегии в международном бизнесе?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Увеличение количества сотрудников
2. Снижение налоговой нагрузки
3. Повышение узнаваемости бренда
4. Обеспечение устойчивого конкурентного преимущества

**2. Какая стратегия товарной политики применяется на этапе внедрения товара на рынок?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Стратегия элиминации
2. Стратегия инновации
3. Стратегия развития
4. Стратегия отторжения

**3. К какому уровню стратегий относятся стратегии проникновения на рынок и диверсификации по И. Ансоффу?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Корпоративному
2. Региональному
3. Функциональному
4. Инструментальному

**4. Какой из перечисленных методов относится к рыночным методам ценообразования?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Метод воспринимаемой ценности
2. Метод надбавки
3. Метод полной себестоимости
4. Метод стандартных наценок

**5. Какой метод анализа используется для оценки влияния политических, экономических, социальных и технологических факторов?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. SWOT-анализ
2. SPACE-анализ
3. Ансофф-анализ
4. PEST-анализ

**6. Что лежит в основе ценообразования на базе маржинальной прибыли?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Общая сумма налогов
2. Разница между выручкой и переменными издержками

3. Рыночная цена конкурента
  4. Полная себестоимость
- 7. Какой вид стратегии охвата рынка предполагает работу только с одним дистрибьютором в регионе?**
- Тип вопроса: одиночный выбор**
1. Селективный
  2. Интенсивный
  3. Эксклюзивный
  4. Комбинированный
- 8. Какую цель преследует стратегия «проталкивания» в канале распределения?**
- Тип вопроса: одиночный выбор**
1. Отказ от традиционной рекламы
  2. Формирование спроса у конечного потребителя
  3. Активное продвижение продукции через посредников
  4. Увеличение цен
- 9. Какой элемент матрицы БКГ соответствует продукту с высоким ростом рынка и низкой долей?**
- Тип вопроса: одиночный выбор**
1. Дойная корова
  2. Трудный ребёнок (вопросительный знак)
  3. Собака
  4. Звезда
- 10. Какой метод анализа позволяет определить стратегическую позицию компании на основе 4 параметров (финансовое положение, конкурентоспособность, рыночная привлекательность, стабильность среды)?**
- Тип вопроса: одиночный выбор**
1. SPACE-анализ
  2. PEST-анализ
  3. GE-матрица
  4. SWOT-анализ
- 11. Какая стратегия роста по Портеру предполагает узкую нишу и минимальные издержки?**
- Тип вопроса: одиночный выбор**
1. Конгломеративная диверсификация
  2. Развитие товара
  3. Фокусирование на основе низких издержек
  4. Дифференциация
- 12. Что учитывается при построении матрицы GE / McKinsey в отличие от матрицы БКГ?**
- Тип вопроса: одиночный выбор**
1. Темп роста рынка
  2. Привлекательность отрасли и конкурентная позиция
  3. Маржинальная прибыль
  4. Доля рынка

**13. К какой стратегии позиционирования относится «позиционирование по потребителю»?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Стратегия сегментации
2. Стратегия по преимуществу
3. Стратегия позиционирования
4. Стратегия корпоративного уровня

**14. Что представляет собой стратегия централизованной диверсификации?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Расширение рынка с тем же продуктом
2. Уход с текущего рынка
3. Добавление новых товаров в рамках существующей технологии
4. Расширение ассортимента в несвязанных отраслях

**15. Какой тип репозиционирования включает изменение восприятия бренда без изменения его физического продукта?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Репозиционирование имиджа
2. Репозиционирование товара
3. Явное репозиционирование
4. Скрытое репозиционирование

**16. В каком случае используется стратегия «отторжения» как стратегия отрицательного роста?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Для выхода на новый рынок
2. Для вывода инновационного продукта
3. При желании снизить издержки
4. При необходимости избавиться от неэффективного подразделения

**17. Какая стратегия в модели Ансоффа предполагает разработку нового продукта для нового рынка?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Проникновение
2. Развитие товара
3. Развитие рынка
4. Диверсификация

**18. Какой элемент анализа по методу «Многоугольник конкурентоспособности» позволяет оценить качество сервиса по отношению к конкурентам?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Темп роста продаж
2. Имидж бренда
3. Ценовой фактор
4. Показатель обслуживания

**19. Какая стратегия функционального уровня предполагает выведение продукта на рынок в ответ на изменения предпочтений потребителей и потерю актуальности предыдущего позиционирования?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Стратегия радикального репозиционирования
2. Стратегия укрепления
3. Стратегия вытеснения
4. Стратегия повышения цен

**20. Какие две оси используются в двумерной матрице Томпсона и Стрикленда для выбора стратегий роста?**

**Тип вопроса: одиночный выбор**

1. Рентабельность и доля рынка
2. Привлекательность отрасли и конкурентная позиция
3. Темп роста и уровень конкуренции
4. Направление роста и конкурентное преимущество