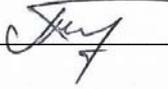


Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко»

Институт Государственного управления и социально-гуманитарных наук
Кафедра культуры и музыкального искусства

Утверждаю
заведующий кафедрой

 С.А. Поронок

«16» сентября 2024 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

**«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Направление
51.03.03 «Социально-культурная деятельность»

Квалификация
бакалавр

ГОД НАБОРА 2022

Разработал:
Ст. преп. Луценко Н.И.

г. Тирасполь, 2024 г.

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

Институт Государственного управления и социально-гуманитарных наук
Кафедра культуры и музыкального искусства

Итоговый тест к экзамену

1. В чём заключается цель маркетинга, согласно мнению П. Друкера?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Убедить клиента купить товар с помощью рекламы
2. Создать спрос на все производимые товары
3. Сделать усилия по сбыту ненужными
4. Увеличить прибыль за счёт активных продаж

2. Какое из нижеперечисленных определений маркетинга дал Ф. Котлер?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Искусство красиво преподнести продукт
2. Процесс рекламирования товаров
3. Вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена
4. Управление продажами

3. Какие два вида рынка выделяют маркетологи?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Внутренний и внешний рынки
2. Рынок услуг и рынок товаров
3. Рынок оптовый и рынок розничный
4. Рынок продавца и рынок покупателя

4. Что такое социальный маркетинг?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Система скидок и акций для привлечения покупателей
2. Комплекс мер, направленных на продвижение в обществе социальных идей и ценностей
3. Продвижение новых товаров для получения прибыли
4. Маркетинг, ориентированный на социальные сети и онлайн-платформы

5. Какой элемент модели 4P отвечает за формирование ценовой политики?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Product
2. Price
3. Place
4. Promotion

6. За что отвечает компонент «Place» в модели 4P?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Разработка дизайна упаковки
2. Выбор целевой аудитории
3. Формирование бюджета на рекламу
4. Определение рынков сбыта и географии продаж

7. Что такое фандрейзинг в контексте деятельности организаций культуры?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Продажа билетов на мероприятия
2. Привлечение спонсоров для рекламы
3. Комплекс мер, направленных на поддержку и стимулирование жизнедеятельности организаций культуры
4. Обмен культурными программами между странами

8. В каких формах осуществляется привлечение финансовых средств в социальном маркетинге?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Прямой и опосредованной
2. Денежной и натуральной
3. Частной и государственной
4. Доход и прибыль

9. Какой вид маркетинга направлен на изучение потребностей аудитории и совершенствование методик организации досуга?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Маркетинг мест
2. Маркетинг услуг
3. Маркетинг организаций
4. Маркетинг изделий

10. Что является целью маркетинга мест?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Продажа сувениров
2. Популяризация культурных личностей

3. Привлечение внимания к месту проведения мероприятия
4. Повышение продаж услуг

11. Что включает в себя маркетинг знаменитостей?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Создание сувенирной продукции
2. Анализ локаций мероприятий
3. Распределение бюджета на рекламу
4. Размещение информации в СМИ и организация появления звезды в нужных местах

12. Какой рынок составляют отдельные лица, приобретающие товары и услуги для личного потребления?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Рынок производителей
2. Посреднический рынок
3. Потребительский рынок
4. Международный рынок

13. Как называется рынок, включающий страны всего мира?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Региональный рынок
2. Местный рынок
3. Посреднический рынок
4. Мировой рынок

14. Что такое сегментирование рынка?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Процесс разделения покупателей на группы по общим признакам
2. Исследование конкурентов на рынке
3. Разработка ценовой политики
4. Поиск новых поставщиков

15. Какова основная цель сегментирования рынка?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Увеличение общего объема продаж
2. Выявление целевого сегмента и создание для него специальной маркетинговой программы
3. Повышение цен на товары
4. Массовая реклама для всех категорий покупателей

16. Какой из следующих признаков относится к географическому сегментированию?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Пол, возраст, уровень дохода
2. Отношение к товару
3. Тип личности
4. Город, регион, страна

17. Какой тип сегментирования основан на поведении покупателей, знаниях о товаре, отношении к нему?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Поведенческий
2. Демографический
3. Психографический
4. Географический

18. В чём заключается связь между сегментированием и позиционированием?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Сегментирование — это рекламный инструмент, а позиционирование — производственный
2. Они не связаны между собой
3. Сегментирование определяет группы потребителей, а позиционирование формирует образ товара, соответствующий потребностям этих групп
4. Позиционирование — предварительный этап сегментирования

19. Какие три группы функций можно условно выделить в деятельности учреждений, предоставляющих услуги в сфере культуры и досуга?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Информационные, технические и административные
2. Рекреационные, социальные и экономические
3. Коммерческие, аналитические и идеологические
4. Политические, бытовые и образовательные

20. Какова основная цель PR-деятельности?

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Увеличение прибыли предприятия
2. Снижение налоговой нагрузки
3. Достижение взаимопонимания и согласия с обществом
4. Повышение производительности труда работников