

**Бюджетное образовательное учреждение
среднего профессионального образования Вологодской области
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

РАССМОТРЕН

на заседании предметной цикловой
комиссии общепрофессиональных,
специальных дисциплин и дипломного
проектирования по специальностям 08.02.05
Строительство и эксплуатации
автомобильных дорог и аэродромов, 21.02.04
Землеустройство, 21.02.05 Земельно-
имущественные отношения, 35.02.03
Технология деревообработки
Председатель предметно-цикловой
комиссии Л.С. Матвеева
Протокол № 9 от 30.05.2017г.

УТВЕРЖДАЮ

приказом директора БПОУ ВО «Вологодский
строительный колледж»
№ 255-УД от 20.06.2017г.

Комплект оценочных средств по учебной дисциплине

ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга

программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)

специальности СПО

21.02.05. Земельно-имущественные отношения

Разработчик:

преподаватель специальных дисциплин
Дубровская Ирина Николаевна

Содержание

1. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ	5
3. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3.1. ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНИВАНИЯ	8
3.2. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ	9
3.3. ТЕМЫ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ	9
3.4. МАТЕРИАЛЫ ВХОДНОГО КОНТРОЛЯ	10
3.5. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ	19
3.4. МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	30

1.ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Комплект оценочных средств по дисциплине **ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга** предназначен для осуществления текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся.

КОС включают контрольные материалы для проведения входного, текущего контроля и промежуточной аттестации в форме комплексного дифференцированного зачета.

КОС разработаны на основании положений:

- основной профессиональной образовательной программы по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»
- программы учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»

Формы промежуточной аттестации

3 семестр	4 семестр
комплексный дифференцированный зачет	-

Используемые в КОС оценочные средства представлены в таблице 1.

Таблица 1

Разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочное средство		
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация	Итоговый контроль
Тема 1.1. Менеджмент и его роль в повышении эффективности производства	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения самостоятельной работы		
Тема 1.2. Внешняя среда организации	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения практических работ оценка выполнения самостоятельной работы		
Тема 2. 1 Управленческий цикл и модели управления	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения практических работ оценка выполнения самостоятельной работы		
Тема 2.2. Функции менеджмента	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения практических работ оценка выполнения самостоятельной		

		работы		
Тема 3.1 Управленческие решения	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения практических работ оценка выполнения самостоятельной работы	Письм. .опрос по темам 1.1-3.1	
Тема 3.2. Риски в менеджменте.	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения самостоятельной работы		
Тема 4.1. Особенности профессии менеджер.	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения практических работ оценка выполнения самостоятельной работы	Проверочная	
Тема 4,2. Формальные и неформальные группы в организации.	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения практических работ оценка выполнения самостоятельной работы		
Тема 4.3 Сущность и типы конфликтов в коллективе. Способы управления конфликтами и стрессами.	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения практических работ оценка выполнения самостоятельной работы	Письм. .опрос по темам 1.1-4.3	
Итог по темам1-4				Контр.работа №1
Тема 5.1. Общие понятия маркетинга	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения практических работ оценка выполнения самостоятельной работы	тест	
Тема 5.2. Управление маркетингом	ОК1-8 ПК1.4,3.1	оценка выполнения практических работ оценка выполнения самостоятельной работы		
Итого по темам 5.1-5.2				Контр.работа №2
Рубежный контроль				КДЗ

2.РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения	
сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;	Оценка выполнения практических заданий
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);	Оценка выполнения практических заданий, выполнение самостоятельной работы
внешнюю и внутреннюю среду организации;	Оценка выполнения практических заданий
цикл менеджмента;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
процесс принятия и реализации управленческих решений;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
систему методов управления;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
методику принятия решений;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
стили управления, коммуникации, деловое общение;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
сущность и функции маркетинга;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
Знания	
планировать и организовывать работу подразделения;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
формировать организационные структуры управления;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
разрабатывать мотивационную политику	Оценка выполнения практических

организации;	заданий, дифференцированный зачет
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
принимать эффективные решения, используя систему методов управления;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет
определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	Оценка выполнения практических заданий, дифференцированный зачет

Требования ФГОС СПО к результатам освоения дисциплины:

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности
ОК 3.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество..
ОК 4.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 5.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, обеспечивать её сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 8.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности
ПК1.4	Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.
ПК 3.1	Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы.

3.ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Предметом оценки освоения дисциплины являются общие компетенции, умения, знания, способность применять их в практической деятельности и повседневной жизни. Соотношение типов задания и критериев оценки представлено в таблице:

№	Тип (вид) задания	Критерии оценки
1	Тесты	Таблица 1. Шкала оценки образовательных достижений
2	Устные ответы	Таблица 2. Критерии и нормы оценки устных ответов
3	Практическая работа	Выполнение не менее 80% – положительная оценка
4	Проверка конспектов, рефератов, творческих работ, презентаций	Соответствие содержания работы, заявленной теме; правилам оформления работы.

Таблица 1. Шкала оценки образовательных достижений (тестов)

Процент результативности (правильных ответов)	Оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	Отлично
89 ÷ 80	4	Хорошо
79 ÷ 70	3	удовлетворительно
менее 70	2	неудовлетворительно

Таблица 2. Критерии и нормы оценки устных ответов

Таблица 2

Оценка	Критерии	Примечания
«Отлично»	Работа выполнена в срок, студент сумел рассчитать время, необходимое для подготовки работы, четко понимает цель задания. Грамотно и правильно выполняет задания, расчеты, принимает решения, делает выводы, анализирует. Без дополнительных пояснений использует знания и умения, полученные при изучении	

	дисциплины; способен использовать знания из смежных дисциплин. Умеет пользоваться профессиональной и общей лексикой при сдаче работ	
«Хорошо»	Работа выполнена в срок, студент с помощью преподавателя сумел рассчитать время, необходимое для подготовки работы, и понять цель задания. Грамотно и правильно выполняет задания, расчеты, принимает решения, но делает нечеткие выводы и анализ. Не всегда отвечает на поставленные вопросы, не полностью использует профессиональную лексику. С затруднением обосновывает свою точку зрения. Не всегда способен использовать знания из смежных дисциплин.	
«Удовлетворительно»	Требует постоянного внимания, не способен определить время, необходимое для выполнения задания. Большое число ошибок в расчетах, принятии решений, выводе, анализе. Работа оформлена небрежно, много ошибок, неточностей.	
«Неудовлетворительно»	Оценкой «неудовлетворительно» оцениваются только контрольные и тестовые работы. При ответах на вопросы тестов студент показывает низкий уровень знаний. Суммарное количество баллов не соответствует оценке «удовлетворительно».	

3.2. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Письменный опрос №1 по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» (темы 1.1-3.1.)

Вариант № 1

1. Что значит «управлять»? Дайте четыре определения понятию «менеджмент».
2. Раскройте сущность горизонтального и вертикального распределения труда.
3. Назовите «объекты» управления в организации.

Вариант № 2

1. Нарисуйте управленческий треугольник. Перечислите уровни управления в организации.

2. Перечислите и дайте характеристику факторов внешней среды косвенного воздействия.

3. В чём заключается экономическая и социальная эффективность организации.

Вариант № 3

1. Перечислите функции управленческого цикла. Нарисуйте схему.

2. Перечислите и дайте характеристику факторов внешней среды прямого воздействия.

3. Назовите «субъекты» управления в организации.

Письменный опрос №2 по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» (темы 1.1-4.3).

Вариант № 1

1. Перечислите и охарактеризуйте три подхода к понятию «управление».

2. Дайте определение «миссии» организации.

3. Что понимается под «эффективностью» организации?

Вариант № 2

1. Дайте определение понятию «организация»

2. Дайте определение должностной инструкции.

3. Раскройте сущность «формальной» и «неформальной» организации.

Вариант № 3

1. Определите и характеризуйте свойства внешней среды организации.

2. Охарактеризуйте функции управленческого цикла «планирование» и «организация».

3. Определите особенности деятельности руководителей высшего, среднего низового звеньев управления.

Проверочная работа по разделу «Менеджмент»

Вариант №1

1. Перечислите 5 основных требований-категорий контроля.

2. Охарактеризуйте методическую компетентность менеджера.

3. Перечислите 3 основных цели делегирования.

4. Ответьте на вопрос: «Почему работники боятся делегирования?».

Вариант №2

1. Охарактеризуйте 3 основных видов контроля.
2. Ответьте на вопрос: «Является ли функция контроля последней в процессе управления и почему?»
3. Охарактеризуйте социальную компетентность менеджера.
4. Перечислите 5 этапов делегирования полномочий

Вариант №3

1. Охарактеризуйте 3 этапа контроля.
2. Охарактеризуйте личную компетентность менеджера.
3. Перечислите 5 основных особенностей управленческого труда.
4. Ответьте на вопрос: «В чем суть делегирования?».

Контрольная работа №1 по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

ТЕМА: Менеджмент, функции менеджмента, его роль в повышении организации производства.

Вариант №1

1. Дайте три определения «Менеджмент».
2. Миссия организации, определите различия между понятиями миссия и цели организации, приведите примеры.
3. Перечислите составляющие внутренней среды организации.
4. Проведите различия и взаимосвязь между спецификой деятельности руководителей низового звена и специалистов.

Вариант №2

1. Дайте определение структуры организации, перечислите виды и требования к организационной структуре.
2. Назовите 4 основных организационных фактора, являющихся причиной стресса работника.
3. Охарактеризуйте административные методы управления.
4. Опишите возможные варианты влияния факторов внешней среды прямого воздействия на результативность организации. Как можно им противостоять?

Вариант №3

1. Дайте определение и перечислите этапы рационального управленческого решения.
2. Охарактеризуйте факторы внешней среды косвенного воздействия
3. Сущность социально психологических методов управления
4. Дайте определение и классификацию конфликта

Вариант №4

1. Контроль как функция управления. Перечислите три основные цели контроля.
2. Перечислите ресурсы организации.
3. Почему руководители и работники боятся делегирования?
4. Как Вы понимаете, что любое управленческое решение является выбором из альтернатив? Приведите примеры.

Вариант №5

1. Перечислите три подхода к управлению.
2. Мотивация- функция управления. Потребность, как основы мотивации,
3. пять базовых видов потребности по Маслоу.
4. Проведите различие и взаимосвязь между руководителями высшего и среднего звена.

Вариант №6

1. Дайте характеристику организации, как объекта управления. Возможные основные направления целей организации.
2. Сущность социально психологических методов управления.
3. Перечислите три этапа контроля.
4. Приведите примеры конфликта между личностью и группой. В каких ситуациях они становятся возможны?

Вариант №7

1. Конфликт, причины, способы разрешения.
2. Формальные и неформальные организации.
3. Перечислите и охарактеризуйте три основных вида риска.
4. Что нужно делать руководителю, чтобы достичь низкого уровня стресса и высокой производительности труда

Вариант №8

1. Охарактеризуйте линейную и функциональную организационные структуры.
2. Функции управленческого цикла, последовательность и взаимосвязь.
3. Дайте определение управленческому решению. Какую роль управленческое решение играет в деятельности руководителя?
4. Проведите различие и взаимосвязь между руководителями высшего и среднего звена.

МЕНЕДЖМЕНТ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие менеджмента, инфраструктура его
2. Уровни управления
3. Цели, дерево целей
4. Структура управления. Виды
5. Должностные инструкции, их роль
6. Среда прямого воздействия
7. Среда косвенного воздействия
8. Функция планирования, ее роль
9. Функция организация, делегирование полномочий
10. Функция мотивация
11. Функция учета и контроль
12. Кадры управления, их категории
13. Конфликт, понятие, классификация
14. Стадии конфликта, пути разрешения
15. Управленческие решения. Виды
16. Методы управления организационно-распорядительные
17. Методы управления экономические и социально-психологические
18. Понятие стиля, виды
19. Авторитет, понятие и виды
20. Этапы подготовки к принятию решений
21. Методы принятия коллективных решений
22. Значение документов в управлении
23. Формальные организации
24. Организационная структура управления
25. Неформальные организации как работать с ними
26. Характеристики внешней среды
27. Приказ как основной организационно-распорядительный документ

Варианты заданий на контрольную работу №2

Тема: Основные понятия маркетинга. Комплекс маркетинга

ВАРИАНТ № 1

1. Перечислите основные элементы комплекса маркетинга
2. Дайте определение маркетинговой среды фирмы
3. Охарактеризуйте маркетинговые каналы в современном бизнесе

ВАРИАНТ № 2

1. Перечислите составляющие системы управления маркетинга
2. Дайте определение процессу сегментации рынка, назовите основные принципы сегментации
3. Изобразите графически жизненный цикл товара

ВАРИАНТ № 3

1. Перечислите этапы разработки товара
2. Определите цель позиционирования товара на рынке
3. Проведите различия между сбытом и товародвижением

ВАРИАНТ № 4

1. Дайте определение маркетингу
2. Перечислите элементы и приведите примеры взаимодействия маркетинговой микро-макросреды фирмы
3. Практическое применение изучения жизненного цикла товара

ВАРИАНТ № 5

1. Перечислите основные принципы маркетинга
2. Дайте определение рынку товаров промышленного назначения, перечислите особенности этого рынка

3. Дайте характеристику этапу жизненного цикла товара - этапу упадка; задачи маркетинга на данном этапе

ВАРИАНТ № 6

1. Что значит управлять маркетингом? Объекты маркетинга
2. Перечислите функции маркетинга
3. Дайте характеристику этапам жизненного цикла товара – зрелость и насыщение, задачи маркетинга на этих этапах

ВАРИАНТ № 7

1. Перечислите субъекты маркетинга
2. Дайте определение товарному ассортименту, перечислите основные характеристики товарного ассортимента
3. Дайте характеристику этапам жизненного цикла - разработки и выведения товара на рынок

ВАРИАНТ № 8

1. Докажите, что рынок является основополагающим элементом рыночной экономики и маркетинга
2. Маркетинговое понимание товара
3. Перечислите этапы жизненного цикла товара

3.3. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

Наименование	Кол-во часов
--------------	--------------

1. Анализ факторов внешней среды	2
2. Построение «Дерева целей»	
3. Проектирование организационной структуры	2
4. Составление должностной инструкции	2
5. Принятие рационального управленческого решения	2
6. Оценка рисков фирмы	2
7. Построение и анализ социогаммы группы	1
8. Анализ стрессовой ситуации. Разрешение конфликтных ситуаций	2
9. Выполнение анализа маркетинговой среды фирмы	2
10. Разработка товара фирмы и представление его	2
11. Разработка упаковки товара и представление ее	2
12. Разработка жизненного цикла товара	2
13. Защита позиций по принятым решениям ЖЦТ	3
14. Продвижение товара	3
15. Организация рекламной компании	2
	3

3.4. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМ ВНЕАУДИТОРНОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

№	Перечень тем самостоятельной работы	Форма задания	Кол -во часо в
Тема 1.1. Менеджмент и его роль в повышении эффективности производства			16
1	Темы рефератов, презентаций: - Ресурсы организации	Рефераты, презентации	2

	<ul style="list-style-type: none"> - Культура организации -Экономическая и социальная эффективность организации - Характеристики факторов внешней среды косвенного воздействия 		
Тема 1.2. Внешняя среда организации			
2	Рефераты: Характеристики факторов внешней среды косвенного воздействия	Рефераты, презентации	2
Тема 2.2 Функции менеджмента			
2	<ul style="list-style-type: none"> - Подготовка материала профессиональной направленности по определению миссии организаций строительного комплекса и построению «дерева целей» - Построить 3-5 вариантов организационных структур организаций по профилю специальности 	<p>Рефераты</p> <p>Выполнение заданий в виде таблиц, схем</p> <p>Оформление практических работ;</p>	4
Тема 3.1 Управленческие решения			
3	<p>Конспект на тему:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Основные принципы принятия решения. -Значение информации в принятии решений. <p>Составление таблицы классификации решений.</p>	<p>Конспект</p> <p>Выполнение заданий в виде таблиц, схем</p>	2
Тема 4.1 Особенности профессии менеджер			
5	<p>Рефераты, доклады:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Различные формы власти. - Проблемы лидерства. - Менеджер – профессия или призвание 	Рефераты, доклады	2
Тема 4.2 Формальные и неформальные группы в организации			
6	<p>Неформальные группы в организации.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Причины вступления в неформальную группу 	Реферат, презентация	2
Тема 4.3 Конфликт на предприятии			

	Подбор производственных ситуаций по теме: Конфликты и их разрушительное действие.	Творческое задание	2
Раздел 2. Основы маркетинга			16
Тема 5.1. Общие понятия маркетинга			
1	Определение и оформление в виде схемы факторы микросреды предприятия	Домашняя работа, конспект	2
2	Оформление конспекта на тему «функции маркетинга»		2
Тема 5.2. Управление маркетингом			
3	Для выполнения практической работы по разработке товара продумать состав комплекта товара для строительных нужд	Творческая работа	2
4	Подготовка и оформление доклада по принятым решениям по вопросу ЖЦТ	Доклад, выступление	2
5	Подготовка и оформление доклада по принятым решениям по вопросу сбыта товара	Доклад, выступление	2
6	Подготовка и оформление доклада по принятым решениям по стимулированию сбыта	Доклад, выступление	2
7	Подготовка и оформление доклада по принятым решениям по вопросам рекламы	Доклад, выступление	4

3.5. МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вариант I

1. Конечной целью маркетинга является:
 - а) максимизация прибыли;
 - б) производство товаров новинок;
 - в) стимулирование продаж.
2. Цели деятельности фирм и цели маркетинга:
 - а) совершенно идентичны;
 - б) тесно взаимосвязаны;
 - в) совершенно не связаны.
3. Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена - это
 - а) торговля;
 - б) менеджмент;
 - в) маркетинг.
4. Все, что может удовлетворить нужду:
 - а) потребность;
 - б) товар;
 - в) запрос.
5. Служащий компании, занимающийся анализом, планированием, претворением в жизнь намеченного функциями контроля - это
 - а) менеджер;
 - б) торговый агент;
 - в) управляющий по маркетингу.

- 6.Набором поддающихся контролю переменных факторов маркетинга называется:
- а) комплекс маркетинга;
 - б) выборка;
 - в) маркетинговая информация.
- 7.Всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара - это
- а) методы стимулирования;
 - б) реклама;
 - в) пропаганда.
- 8.Постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов, предназначенная для сбора информации - это
- а) система маркетинговых исследований;
 - б) система маркетинговой информации;
 - в) рынок.
- 9.Набором совершенных методов анализа маркетинговых данных и проблем маркетинга называется:
- а) наблюдение;
 - б) эксперимент;
 - в) система анализа маркетинговой информации.
- 10.Самым распространенным орудием исследования при сборе первичных данных называется:
- а) анкета;
 - б) опрос;
 - в) интервьюирование.
- 11.Любая группа, которая проявляет реальный или потенциальный интерес к организации или оказывает влияние на ее способность достигать поставленных целей - это
- а) поставщики;
 - б) контактная аудитория;
 - в) посредники.
- 12.Производством нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей, но рассчитанных на разные вкусы называется:
- а) продукто - дифференцированный маркетинг;
 - б) массовый маркетинг;
 - в) целевой маркетинг.
- 13.Плановое воздействие на событие - это
- а) наблюдение;
 - б) опрос;
 - в) эксперимент.
- 14.Материальные изделия, которые выдерживают обычно многократное использование - это
- а) товары кратковременного использования;
 - б) недвижимость;
 - в) товары длительного использования.
- 15.Товары, которые потребитель перед покупкой, как правило, сравнивает между собой по показателям пригодности, качества, цены и внешнего оформления - это
- а) товары повседневного спроса;
 - б) товары предварительного выбора;
 - в) услуги.
- 16.Часть марки, которую можно опознать, но невозможно произнести - это
- а) товарный знак;
 - б) марочный знак;
 - в) марка.
- 17.Товар с определенным набором свойств, предлагаемый на продажу - это
- а) товар в реальном исполнении;
 - б) товар по замыслу;
 - в) товар с подкреплением.
- 18.Процесс развития продаж товара и получения прибылей, состоящий из четырех этапов - это
- а) товародвижение;
 - б) стимулирование сбыта;
 - в) жизненный цикл товара.
- 19.Денежная сумма, взимаемая за конкретный товар - это

- а) цена;
- б) себестоимость;
- в) стоимость.

20. Посредником, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному покупателю называется:

- а) розничный продавец;
- б) уровень канала распределения;
- в) оптовый продавец.

21. Неличное и не оплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар, услугу или деловую организационную единицу посредством распространения о них коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению или со сцены, называется:

- а) личные продажи;
- б) реклама;
- в) пропаганда.

22. Средства, вложенные в разработку товара, могут окупаться на этапе:

- а) выведения на рынок;
- б) зрелости;
- в) роста.

23. Любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг от имени известного спонсора - это

- а) реклама;
- б) пропаганда;
- в) личные продажи.

24. Розничное заведение, предлагающее узкий товарный ассортимент значительной глубины - это

- а) специализированный магазин;
- б) торговый центр;
- в) склад-магазин.

25. Сравнительно стабильные группы в рамках общества, располагающиеся в иерархическом порядке и характеризующиеся наличием у их членов схожих ценностных представлений, интересов и поведения - это

- а) образ жизни;
- б) общественные классы;
- в) референтная группа.

Вариант II

1. Конечной целью маркетинга является:

- а) создание новых предприятий;
- б) удовлетворение потребностей общества;
- в) рост заработной платы.

2. К контактными аудиториями фирмы относятся:

- а) финансовые круги;
- б) эксперты;
- в) конкуренты.

3. Чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо - это

- а) нужда;
- б) потребность;
- в) запрос.

4. Все, что предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления называется:

- а) ассортиментом;
- б) товаром;
- в) номенклатурой.

5. Процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, характеристиках и/или поведении называется:

- а) выделение;
- б) концентрация;

- в) сегментирование рынка.
6. Какой этап жизненного цикла товара обеспечивает товару четко отличное от других, желательного места на рынке?
- а) позиционирование на рынке;
 - б) проникновение на рынок;
 - в) выход на рынок.
7. Сочетание четырех составляющих: товара, цены, методов распространения и методов стимулирования - это
- а) жизненный цикл товара;
 - б) комплекс маркетинга;
 - в) элементы маркетинга.
8. Постоянно действующей системой, предназначенной для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения информации называется:
- а) система маркетинговых исследований;
 - б) комплекс маркетинга;
 - в) система маркетинговой информации.
9. Информация, собранная впервые для какой-либо конкретной цели - это
- а) вторичные данные;
 - б) первичные данные;
 - в) анкета.
10. Сегмент населения, призванный олицетворять собой население в целом - это
- а) выборка;
 - б) семья;
 - в) социальная группа.
11. Силы более широкого социального плана, оказывающие влияние на микросреду - это
- а) макросреда;
 - б) потребители;
 - в) правительство.
12. Маркетинг 1-ого продукта, предназначенного сразу для всех покупателей - это
- а) целевой маркетинг;
 - б) продукт - дифференцированный маркетинг;
 - в) массовый маркетинг.
13. Определение вида интересующей заказчика, информации и пути ее эффективного сбора - это
- а) наблюдение;
 - б) отбор источников информации;
 - в) опрос.
14. Средство или способ решения какой – то проблемы - это
- а) товар;
 - б) товар по замыслу;
 - в) запрос.
15. Товарами, которые потребитель обычно покупает часто, без раздумий и с минимальными усилиями на их сравнение между собой называются:
- а) товары предварительного выбора;
 - б) товары пассивного спроса;
 - в) товары повседневного спроса.
16. Имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетания предназначенные для идентификации и выделения Т или У одного продавца среди Т и У конкурентов - это
- а) марка;
 - б) марочный знак;
 - в) товарный знак.
17. Группой товаров, тесно связанных между собой либо в силу схожести их функционирования, либо в силу того, что их продают одним и тем же группам клиентов называется:
- а) товарная номенклатура;
 - б) ассортиментная группа;
 - в) товарный ассортимент.
18. Конкретное представление, сложившееся у потребителей о реально существующем или потенциальном товаре - это
- а) замысел товара;

- б) образ товара;
- в) идея товара.

19. Практикой установления на вновь изобретенный товар максимально высокой цены называется:

- а) стратегия проникновения на рынок;
- б) стратегия «снятия сливок»;
- в) стратегия следования за лидером.

20. Деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя - это

- а) система сбыта;
- б) каналы распределения;
- в) товародвижение.

21. Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи - это

- а) личная продажа;
- б) презентация;
- в) реклама.

22. Конкуренты, как правило, появляются, когда товар лидирующей фирмы находится на этапе:

- а) роста;
- б) зрелости;

23. В коммуникации процессом, в ходе которого получатель придает значение символам, переданным отправителем называется:

- а) кодирование;
- б) расшифровка;
- в) обращение.

24. Практика установления на вновь изобретенный товар максимально высокой цены, которая делает выгодным восприятие новинки лишь некоторыми сегментами рынка, а фирме позволяет получать максимально возможный доход - это

- а) установление цен для стимулирования сбыта;
- б) стратегия прочного внедрения на рынок;
- в) стратегия «снятия сливок».

25. Выступлением в нескольких сегментах рынка с разработкой отдельного предложения для каждого из них занимается:

- а) недифференцированный маркетинг;
- б) массовый маркетинг;
- в) дифференцированный маркетинг.