

Контрольная работа № 1

Тема «Введение в маркетинг»

1. Дайте определение маркетинга

а) изучение массовых явлений социально – экономической жизни, количественной стороны этих явлений в неразрывной связи с их качественным содержанием в конкретных условиях места и времени.

б) вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

в) деятельность по изучению рынка

2. Общенаучные методы маркетинга. Уберите неправильный ответ.

а) системный анализ

б) комплексный подход

в) экономико – математическое моделирование

3. Что относится к средствам маркетинга

а) служба маркетинга

б) товарная политика

в) среда маркетинга

4. Субъекты маркетинга. Уберите неправильный ответ.

а) товар

б) специалисты по маркетингу

в) производители

5. что не входит в задачи маркетинга

а) Планирование семейного бюджета

б) сбыт продуктов

в) производство продуктов

6. Что не является сбытовой функцией маркетинга

а) формирование товарной политики

б) проведение ценовой политики

в) организация производства новых продуктов

7. Что относится к маркетинговой функции управления и контроля

а) организация планирования

б) создание новых продуктов

в) стимулирование сбыта

8. Концепция маркетинга отличается от сбытовой концепции:

а) учет потребностей производителей

б) учет потребностей потребителя

в) узкий ассортимент

9. Социально – этический маркетинг предполагает

а) ориентацию на нужды и потребности клиентов, подкрепленную комплексными усилиями маркетинга, нацеленными на создание потребительской удовлетворенности

б) обеспечение сохранения или укрепления благополучия потребителя и общества в целом

- в) применение значительных усилий в сфере сбыта и стимулирования
10. Контролируемые факторы маркетинга
- а) потребители
 - б) конкуренты
 - в) цена
11. Макросреда маркетинга не охватывает:
- а) политико – правовые факторы
 - б) культурные факторы
 - в) поставщиков и торговлю
12. Микросреда маркетинга. Найдите неверный ответ
- а) покупатели
 - б) посредники
 - в) научно – технический прогресс
13. Внутренняя среда маркетинга не включает:
- а) выбор целевого сегмента
 - б) контактные аудитории
 - в) комплекс маркетинга
14. Сбытовая концепция товаропроизводителя не предполагает:
- а) Осуществление производственного процесса в соответствии с особенностями предприятия, фондами, приобретенными материалами и комплектующими.
 - б) применение упаковки преимущественно как средства сохранения товара
 - в) осуществление сбыта как промежуточной ступени в производственно-сбытовой деятельности товаропроизводителя
15. В комплекс маркетинга не входит
- а) изучение рынка
 - б) товар
 - в) цена
16. Основные проблемы маркетинга. Найдите неверный ответ
- а) падение спроса
 - б) ежегодный прирост или убыль населения страны
 - в) изменение сегментации рынка
17. В типовой схеме службы маркетинга крупного предприятия кому непосредственно подчиняется директор по маркетингу
- а) директору по производству
 - б) финансовому директору
 - в) генеральному директору
18. Маркетинг – это
- а) философия бизнеса
 - б) руководство к действию
 - в) все ответы верны
19. Когда создана Российская ассоциация маркетинга (РАМ)
- а) 1991 год

б) 1995 год

в) 1973 год

20. Международный маркетинг не включает в себя:

а) маркетинг потребительских товаров

б) маркетинг услуг

в) внутринациональный маркетинг

Шкала ответов:

Количество верных ответов	Оценка студента
0 - 10	2
11 -13	3
14 -16	4
17 -20	5