Приложение 4

к рабочей программе дисциплины

МАРКЕТИНГ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

**МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки: **38.05.01 Экономическая безопасность**

Профиль подготовки: Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

Уровень высшего образования: Специалитет

Форма обучения: Очная

Санкт-Петербург

2022 г.

ОПК-1 - Способен использовать знания и методы экономической науки, применять статистико-математический инструментарий, строить экономико-математические модели, необходимые для решения профессиональных задач, анализировать и интерпретировать полученные результаты.

| **Номер задания** | **Содержание вопроса** |
| --- | --- |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Установите правильное соответствие между целями маркетинга и их содержанием.  К каждой позиции в левом столбце подберите позицию из правого столбца.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Увеличение онлайн-присутствия | А. | Создание сильного бренда помогает привлекать новых клиентов и удерживать существующих. Для этого используют рекламные кампании, PR-акции, активность в социальных сетях | | 2. | Укрепление лояльности клиентов | Б. | Долгосрочные отношения с клиентами обеспечивают стабильный доход и уменьшают затраты на привлечение новых клиентов | | 3. | Развитие новых продуктов | В. | Инновации и создание новых продуктов, чтобы удовлетворять изменяющиеся потребности рынка и потребителей | | 4. | Повышение узнаваемости бренда | Г. | Улучшение качества продукта, сокращают время ожидания, ускоряют процессы заказа и доставки, предлагают персонализированные услуги и продукты | |  |  | Д. | С развитием цифровых технологий увеличивается важность онлайн-присутствия компании. Для этого повышают видимость сайта через оптимизацию и создание качественного контента, активно используют социальные сети для продвижения бренда и продуктов | |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Установите правильное соответствие между целями сегментации и их содержанием  К каждой позиции в левом столбце подберите позицию из правого столбца.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Разбивка покупателей на группы по определенному признаку | А. | Сегментация рынка | | 2. | Наиболее рациональная схема реализации товара | Б. | Продвижение | | 3. | Определение географически выгодного места для реализации товара | В. | Позиционирование | | 4. | Определение выгодной группы потенциальных покупателей | Г. | Исследование | |  |  | Д. | Анализ | |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность.  Установите последовательность этапов жизненного цикла предприятия с их правильной последовательностью.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1. внедрение  2. зрелость  3. рост  4. спад |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Установите последовательность основных составных частей комплекса маркетинга:  1. товар  2. цена  3. продвижение товара (реклама)  4. распространение (агентская сеть и др.) |
| 5. | Прочитайте текст и установите последовательность  Установите последовательность основных форм коммуникаций в маркетинге:  1.Прямые продажи  2. Реклама  3. PR  4. Стимулирование сбыта |
| 6. | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Рекламируя товар, продавец (рекламодатель) должен выступать с утверждениями относительно товара, которые:  1. Немного преувеличивают его реальные свойства  2. Достоверно отражают его свойства  3. Не соответствуют его реальным свойствам  4. Менее всего расхваливают данный товар |
| 7. | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Какая из поставленных задач является основной в процессе маркетингового исследования сферы услуг:  1. Формулирование проблемы и целей исследования  2. Выбор методов исследования  3. Выбор направлений исследования  4. Корректировка целей и задач |
| 8. | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Что является главным в концепции социально-этического маркетинга, разработанной Ф. Котлером:  1. Обеспечение повышения материального благосостояния людей  2. Учет интересов производителя, потребителя и общества в целом  3. Обеспечение наилучших финансовых результатов организации  4. Обеспечение наиболее полного охвата целевого рынка |
| 9. | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Что является важнейшей функциональной частью общей системы управления предприятием?  1. управление деятельностью  2. управление функцией  3. управление спросом  4. управление предложением |
| 10. | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Оценочное суждение потребителя о способности товара удовлетворить его потребности называется потребительская ...  1. ценность  2. полезность  3. реакция  4. нужда |
| 11. | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Отметьте источники первичной маркетинговой информации:  1. Опросы потребителей  2. Материалы отраслевой статистики  3. Маркетинговая разведка  4. Материалы Росстата |
| 12. | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Раскройте характеристики рыночной деятельности, что она предполагает? |
| 13. | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Раскройте характеристики таргетированной рекламы, что она предполагает? |