Приложение 4

к рабочей программе дисциплины

МАРКЕТИНГ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

**МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки: 49.03.01 Физическая культура

Профиль подготовки: Менеджмент в физической культуре и спорте

Уровень высшего образования: Бакалавриат

Форма обучения: Очная

Санкт-Петербург

2024 г.

**УК-3** Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

| **Номер задания** | **Содержание вопроса** | **Тип вопроса** | **Уровень сложности** | **Время ответа, мин.** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 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 команды помогает прив-лекать новых клиентов и удерживать существую-щих. Для этого исполь-зуют рекламные кампа-нии, PR-акции, актив-ность в социальных сетях | | 2. | Укрепление лояльности членов команды | Б. | Долгосрочные отношения с членами команды обеспечивают стабильный успех и уменьшают затраты на привлечение новых клиентов | | 3. | Развитие или создание новых услуг | В. | Инновации и создание новых продуктов, чтобы удовлетворять изменя-ющиеся потребности рынка и потребителей | | 4. | Повышение узнаваемости бренда команды | Г. | Улучшение качества услуг ускоряют процессы заказа и доставки, предлагают персонализированные услуги и продукты | |  |  | Д. | С развитием цифровых технологий увеличивается важность онлайн-присут-ствия команды. Для этого повышают видимость сайта через оптимизацию и создание качественного контента, активно используют социальные сети для продвижения бренда команды | | На соответствие | Базовый | *3 минуты* |
|  | 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 услуги | Б. | Продвижение | | 3. | Определение географически выгодного места для реализации услуг | В. | Позиционирование | | 4. | Определение выгодной группы потенциальных потребителей услуг | Г. | Исследование | |  |  | Д. | Анализ | | На соответствие | Базовый | *3 минуты* |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Установите последовательность этапов жизненного цикла предприятия (команды) с их правильной последовательностью:  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1. внедрение (выведение команды на рынок спортивных услуг)  2. зрелость  3. рост  4. спад | На после-дователь-ность | Базовый | *3 минуты* |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Установите последовательность основных составных частей комплекса маркетинга:  1. товар (услуга)  2. цена  3. продвижение товара (услуги) - реклама  4. распространение (филиалы, агентская сеть и др.) | На после-дователь-ность | Базовый | 1. *минуты* |
| 5. | Прочитайте текст и установите последовательность  Установите последовательность основных форм коммуникаций в маркетинге:  1.Прямые продажи  2. Реклама  3. PR  4. Стимулирование сбыта | На после-дователь-ность | Базовый | *5 минут.* |
| 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 данную услугу | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | *3 минуты* |
| 7. | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Какая из поставленных задач является основной в процессе маркетингового исследования сферы спортивных услуг:  1. Формулирование проблемы и целей исследования  2. Выбор методов исследования  3. Выбор направлений исследования  4. Корректировка целей и задач | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | *3 минуты* |
| 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 | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | *3 минуты* |
| 9. | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Что является важнейшей функциональной частью общей системы управления предприятием (командой)?  1. управление деятельностью  2. управление функцией  3. управление спросом  4. управление предложением | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Базовый | 1. *минуты* |
| 10. | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Оценочное суждение потребителя о способности услуги удовлетворить его потребности называется потребительская ...  1. ценность  2. полезность  3. реакция  4. нужда | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Базовый | *3 минуты* |
| 11. | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Отметьте источники первичной маркетинговой информации:  1. Опросы потребителей (болельщиков)  2. Материалы отраслевой статистики  3. Маркетинговая разведка  4. Материалы Росстата | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Базовый | *3 минуты* |
| 12. | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Раскройте характеристики рыночной деятельности, что она предполагает? | Открытый | Повышенный | *5 минут* |
| 13. | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Раскройте характеристики таргетированной рекламы, что она предполагает? | Открытый | Повышенный | *5 минут* |