**23.04**

**Тест**

1. Потребность- это?

[1](https://gendocs.ru/v1565/1). количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд

2. нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму

3. товар, который способен удовлетворить нужду потребителя

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



2. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

1. большое число потребителей

2. превышение предложения над спросом

3. превышение спроса над предложением

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 3. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга- это?

1. нужда в конкретном виде продукции

2. потребность в товаре (услуге)

3. потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 4. В маркетинге товар понимается как?

1. продукт товара, произведенный для обмена

2. физический объект

3. набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 5. Разновидности одного и того же товара являются?

1. конкурентами- желаниями

2. товарно-родовыми конкурентами

3. товарно-видовыми конкурентами

4. матками-конкурентами

5. правильного ответа нет



^ 6. Любая фирма может воздействовать на рынок?

1. через модель 4Р

2. только [рекламой](https://gendocs.ru/v40178/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0)

3. только ценой

4. только товаром

5. правильного ответа нет

6. все ответы верны



^ 7. Основной комплекса маркетинга является?

1. макросреда

2. микросреда

3. модель 4Р

4. субъекты маркетинга

5. правильного ответа нет

6. все ответы верны



^ 8. Комплекс маркетинга-микс включает в себя?

1. управление предприятием

2. совокупность инструментов (товар, цена, сбыт, продвижение)

3. выбор условий реализации товара

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 9. Функциональная схема организации служб маркетинга на предприятии формируется по?

1. географическим регионам

2. типам рынков

3. функциям

4. группам товаров

5. иным образом



^ 10. Маркетинговая среда предприятия является?

1. частью его микросреды

2. частью его макросреды

3. совокупность микро и макросреды

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 11. Понятие макросре6ды отражает?

1. силы, влияющие на деятельность предприятия непосредственно

2. силы, не влияющие на деятельность предприятия

3. силы, влияющие на микросреду, в которой работает производитель

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 12. Микросреда фирмы- это?

1. набор свойств товара

2. функциональные структуры предприятия

3. формальные и неформальные группы

4. силы и субъекты, на которые фирма может влиять

5. силы и субъекты, на которые фирма не может влиять

6. правильного ответа нет



^ 13. Макросреда фирма- это?

1. набор свойств товара

2. функциональные структуры предприятия

3. формальные и неформальные группы

4. силы и субъекты, на которые фирма может влиять

5. силы и субъекты, на которые фирма не может влиять

6. правильного ответа нет



^ 14. К микросреде предприятия не относиться?

1. средства массовой информации

2. население всей страны

3. торговые организации

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 15. Контактные аудитории- это?

1. субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поставленных целей

2. субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары

3. субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары

4. правильного ответа нет



16. «Философия маркетинга» утверждает, что цели организации могут быть достигнуты в сфере?

1. производства

2. распределения

3. удовлетворения потребностей

4. реализации

5. все ответы верны

6. правильного ответа нет



^ 17. Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам)- это основание для реализации маркетинговой концепции?

1. совершенствования товара

2. интенсификации коммерческих усилий (реклама)

3. совершенствования производства

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 18. Ориентация фирмы на извлечение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж производимого товара (услуги) характерна для?

1. стратегии современного маркетинга

2. интенсификации коммерческих усилий

3. стратегии совершенствования производства

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 19. Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары (услуги) только наивысшего качества, соответствует маркетинговой концепции?

1. совершенствования производства

2. современного маркетинга

3. совершенствования товара

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



20. Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет?

1. поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги)

2. максимального снижения издержек производства

3. наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее выгодным для предприятия образом

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 21. Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности- увеличение продаж за счет?

1. использования интенсивных технологий производства

2. стимулирования сбыта

3. удовлетворения потребностей потребителей

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 22. Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам, широко распространенным и доступным по цене?

1. совершенствования производства

2. совершенствование товара

3. интенсификации коммерческих усилий

4. маркетинга

5. маркетинга-взаимодействия



^ 23. Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам высшего качества, независимо от цены?

1. совершенствования производства

2. совершенствование товара

3. интенсификации коммерческих усилий

4. маркетинга

5. маркетинга-взаимодействия



^ 24. Какая концепция утверждает, что желаемого объема продаж нельзя достичь, если отсутствует агрессивная реклама?

1. совершенствования производства

2. совершенствование товара

3. интенсификации коммерческих усилий

4. маркетинга

5. маркетинга-взаимодействия



^ 25. Какая концепция утверждает, что цели организации могут быть достигнуты при помощи удовлетворения потребностей более эффективным, чем у конкурентов, способом?

1. совершенствования производства

2. совершенствование товара

3. интенсификации коммерческих усилий

4. маркетинга

5. маркетинга-взаимодействия



^ 26. По характеру исследования цели могут быть?

1. кабинетные или полевые

2. перспективные или текущие

3. поисковые, описательные или экспериментальные

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 27. По значению исследования цели могут быть?

1. кабинетные или полевые

2. перспективные или текущие

3. поисковые, описательные или экспериментальные

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 28. По источникам информации исследования могут быть?

1. кабинетные ил полевые

2. перспективные или текущие

3. поисковые, описательные или экспериментальные

4. все ответы верны

5. правильного ответа нет



^ 29. Закрытые вопросы включают в себя?

1. источники информации

2. возможные варианты ответов

3. вторичную информацию

4. первичную информацию

5. все ответы верны

6. правильного ответа нет



^ 30. К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?

1. кабинетные исследования

2. полевые исследования

3. не относится к исследованиям

4. все ответы верны

**Задание:** Разработайте рекламную компанию для АНЧ ПОО Краснодарский кооперативный техникум

**25. 04**

***Задание№ 1***

По следующим данным определите эффективность рекламы. Прирост прибыли компании составил 825 тыс. руб. Расходы на рекламу складывались следующим образом. Рекламное объявление в прессе: тариф на 1 см2 газетной площади – 250 руб; объявления занимают общую площадь 140 см2. Телевизионная реклама: тариф за 1 мин. демонстрации по TV – 8 тыс. руб. за 1 мин; заключен договор на 5 дней показа по 5 мин в день. Прямая почтовая реклама: разослано 100 тыс. рекламных листовок; изготовление (печатание) обошлось по 0,1 руб. / шт.; рассылка стоила 5 руб. / шт.

***Задание № 2***

Для оценки эффективности почтовой рассылки рекламных материалов был проведен эксперимент: жителям одного района рекламные листовки опускались в почтовые ящики; жители другого, контрольного района их не получали. Расходы на рекламу составили 70 тыс. руб. Соответственно были выделены две группы рынков – пробная и контрольная. Были получены следующие данные о продаже рекламируемого товара:

ВИД РЫНКА

Объем продажи, тыс. руб.

До эксперимента

После эксперимента

Пробный

2000

2300

Контрольный

1000

1020

Определите экономическую эффективность рекламы.

***Задание № 3***

Прибыль фирмы имела устойчивый характер: в среднем 500 тыс. руб. в месяц. Была проведена рекламная кампания, которая обошлась в 260 тыс. руб., после чего прибыль удвоилась. Определите эффективность рекламной кампании.