

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Цель – оценить уровень усвоения знаний по программе.

Процедура: тестирование проводится с использованием «Системы управления обучением СГЭУ». Слушателям предлагается для ответа 30 вопросов по разделам программы, предполагающие выбор варианта ответа.

№ п/п	Формулировка вопроса
1	Продолжите следующее утверждение: «Маркетинг – вид деятельности на выявление и удовлетворение...» а) нужд б) потребностей в) запросов г) нужд и потребностей.
2	Смысл определения маркетинга раскрывается следующими понятиями: а) управление маркетингом б) обмен в) потребитель г) все ответы.
3	Понятие «рынок» в маркетинге означает: а) покупатели и продавцы б) действительные или потенциальные покупатели и продавцы в) место проведения сделок г) реальные и потенциальные продавцы.
4	Для совершения процесса обмена необходимы три условия, к числу которых не относится: а) доставка товара б) коммуникации между покупателем и продавцом в) передача ценности г) установление цены.
5	Позиционирование товаров для целевых групп является элементом: а) выявления потребностей покупателей б) разработки рыночных стратегий в) оценки реакции потребителей г) эффективного комплекса маркетинга.
6	Решения по товару в маркетинге включают ряд элементов, к числу которых не относятся: а) выбор торговой марки б) разработка упаковки в) распределение товаров по магазинам г) сервисное обслуживание товаров.
7	Продвижение товаров в маркетинге включает в себя ряд элементов, к числу которых не относится: а) реклама б) личная продажа в) стимулирование сбыта г) выбор каналов распределения.
8	Обеспечение доступности товаров и услуг является целью: а) продвижения б) распределения в) стимулирования сбыта

	d) разработки товаров.
9	Когда большая часть рынка недолюбливает товар и согласна на некоторые издержки, чтобы избежать его, говорят об: a) отсутствии спроса b) скрытом спросе c) отрицательном спросе d) нерегулярном спросе.
10	В концепции маркетинга основным объектом внимания является: a) товары b) благосостояние людей c) нужды потребителей d) производство.
11	Любая оплаченная форма неличного представления и продвижения товаров в СМИ, называется: a) рекламой b) личной продажей c) прямым маркетингом d) стимулированием сбыта.
12	Реклама не способна оказать воздействие на: a) информированность b) позиционирование товаров c) качество товара d) коррекцию неверных представлений о товаре.
13	. К методам определения бюджета на рекламу относятся: a) процент от объема сбыта b) метод целей и задач c) допустимый уровень расходов d) все ответы верны.
14	. Основная идея предложения о продаже в рекламе называется: a) платформой b) обращением c) носителем d) нет верного ответа.
15	Причиной бурного развития стимулирования сбыта не является: a) рост числа импульсивных покупок b) рост затрат на рекламу c) снижение затрат на стимулирование d) деятельность конкурентов.
16	Влияние стимулирования сбыта в долгосрочной перспективе может быть: a) положительным b) отрицательным c) нейтральным d) все ответы верны.
17	Стимулирование сбыта, направленное на потребителя, включает: a) скидки в обмен на покупку b) бесплатные подарки в упаковке c) конкурсы d) зачеты.
18	Стимулирование сбыта, направленное на торговлю, включает: a) карточки лояльности b) снижение цен c) премии в виде товара

	d) самокупаемые предложения.
19	К основным задачам стимулирования сбыта не относятся: a) быстрый подъем сбыта b) поощрение опробования товара c) поощрение повторных покупок d) формирование осведомленности.
20	Прямой маркетинг использует для распространения рекламы: a) почтовую рассылку b) телефонные звонки c) электронную почту d) все ответы верны
21	Логистический принцип, направленный на достижение оптимального функционирования логистической цепи в целом, называется: a) внедрение комплекса подсистем логистики; b) глобальной оптимизации; c) учет тотальных затрат; d) системный подход;
22	Дифференцированный учет всех издержек управления материальными и сопутствующими потоками на протяжении логистической цепи, относится к логистическому принципу: a) системный подход; b) глобальная оптимизация; c) учет тотальных затрат; d) координации и интеграции;
23	К частным задачам логистики относят: a) сокращение времени обслуживания потребителей; b) обеспечение высокой гибкости и адаптивности логистической системы; c) создание интегрированных систем управления материальными и сопутствующими потоковыми процессами; d) обеспечение соответствия логистической концепции стратегии рыночного поведения организации;
24	Управление логистическими операциями предполагает ряд действий, к которым не относится: a) создание нормативной базы и регламентов функционирования логистической операции b) выделение функциональных подразделений, реализующих конкретную операцию; c) разработка норм расхода различных ресурсов, приходящихся на конкретную операцию; d) минимизация издержек на каждой стадии логистической операции;
25	К основным логистическим функциям относят: a) сбыт (распределение); b) складирование; c) транспортировка; d) информационная поддержка;
26	К поддерживающим логистическим операциям относят: a) складирование и грузопереработка; b) снабжение; c) производство; d) сбыт (распределение);
27	Набор логистических функций организации зависит от: a) наличия логистической инфраструктуры; b) логистической стратегии; c) наличия логистических посредников;

	d) все ответы верны;
28	Показателями эффективности функционирования бизнес-процессов являются: a) общие затраты; b) время исполнения заказа; c) качество обслуживания потребителей; d) все ответы верны;
29	Свойство логистической системы, выражаемое подчиненностью элементов сложного образования более низкого уровня, элементам более высокого уровня, называется: a) сложность; b) эмерджентность; c) иерархичность; d) структурированность;
30	Свойство логистической системы, означающее целостность и делимость отдельных частей для достижения экономически более значимых результатов в случае функционирования как единого целого, называется: a) сложность; b) эмерджентность; c) иерархичность; d) структурированность;

6.1 Шкала и критерии тестирования

Минимальный ответ (% правильных ответов) и оценка 2	Изложенный, раскрытый ответ (% правильных ответов) и оценка 3	Законченный, полный ответ (% правильных ответов) и оценка 4	Образцовый; достойный подражания ответ (% правильных ответов) и оценка 5
50% и менее	51-71%	72-92%	93-100%