Оценочные материалы по учебной дисциплине «Маркетинг»

Дополнительная профессиональная программа: «Педагогическое образование: Технология и предпринимательство в общеобразовательных организациях и организациях профессионального образования»

Настоящие оценочные материалы используется для проведения промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации дополнительного профессионального образования «Московская академия профессиональных компетенций» (далее - Академия) по учебной дисциплине «Маркетинг» при реализации дополнительной профессиональной программы «Педагогическое образование: Технология и предпринимательство в общеобразовательных организациях и организациях профессионального образования».

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине «Маркетинг» проводится в форме с помощью тестирования.

Тестирование проводится с помощью системы дистанционного обучения (далее - СДО). В ней содержатся в электронном виде ответы (ключи) к тестированию.

Правила проведения тестирования

На тестирование отводится 1 академический час.

При выполнении тестирования необходимо ответить на все поставленные вопросы, пропуск ответов не допускается.

Правило оценки результата тестирования обучающегося

Результат тестирования определяется в зависимости от доли (в процентах) вопросов, на которые даны верные ответы, в общем количестве вопросов в тестировании (с округлением до целых процентов), что рассчитывается по формуле: (Количество верно отвеченных вопросов) / (Общее количество вопросов в тестировании) X 100.

Результат тестирования в виде оценки по зачетной шкале оценивания («зачтено» / «не зачтено») определяется в соответствии с приведенной ниже шкалой соответствия:

Шкала соответствия

Результат менее 50% (не включая) - "Не зачтено" Результат от 50% (включительно) до 100% - "Зачтено"

Содержание тестирования

Вопрос	Потребность, подкрепленная покупательной способностью - это:
Тип вопроса	Вопрос с одиновчным выбором (один верный вариант ответа)
Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	- Запрос - Нужда - Статус

Вопрос	Для совершения добровольного обмена необходимо соблюдение следующих условий:
Тип вопроса	Вопрос с множественным выбором (несколько верных вариантов ответа)
Инструкция	Укажите все верные варианты ответа (их может быть несколько)
Варианты ответов	 Сторон должно быть не более двух Каждая сторона должна располагать чем-то, что представляет ценность для другой стороны Каждая сторона должна быть способна осуществлять коммуникацию и доставку своего товара Каждая сторона должна быть совершенно свободной в принятии или отклонении предложения другой стороны

Вопрос	Рынок включает в себя:
Тип вопроса	Вопрос с одиновчным выбором (один верный вариант ответа)

Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	 совокупность существующих и потенциальных покупателей товара совокупность потенциальных покупателей товара совокупность существующих покупателей товара

Вопрос	Обмен, который включает посредника(ов) между производителями и покупателями, - это:
Тип вопроса	Вопрос с одиновчным выбором (один верный вариант ответа)
Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	- централизованный обмен - децентрализованный обмен

Вопрос	Укажите основные альтернативные цели системы маркетинга:
Тип вопроса	Вопрос с множественным выбором (несколько верных вариантов ответа)
Инструкция	Укажите все верные варианты ответа (их может быть несколько)
Варианты ответов	 Достижение максимально возможного потребления Достижение максимальной потребительской удовлетворенности Предоставление максимально широкого выбора Максимальное повышение качества жизни

Вопрос	Процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, характеристиках и поведении называется:
Тип вопроса	Вопрос с одиновчным выбором (один верный вариант ответа)
Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	- сегментированием рынка - отбором целевых сегментов рынка - прогнозированиес спроса

Вопрос	Обеспечение товару четко отличного от других, желательного места на рынке и в сознании целевых потребителей - это:
Тип вопроса	Вопрос с одиновчным выбором (один верный вариант ответа)
Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	- Позиционирование на рынке - Оценка спроса - Реклама - PR - HR

Вопрос	Набор допускающих контроль переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка - это:
Тип вопроса	Вопрос с одиновчным выбором (один верный вариант ответа)

Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	- Комплекс маркетинга - Метод маркетинга - Ресурс маркетинга

Вопрос	Концепция 4P+S в маркетинге рассматривает следующие направления:
Тип вопроса	Вопрос с множественным выбором (несколько верных вариантов ответа)
Инструкция	Укажите все верные варианты ответа (их может быть несколько)
Варианты ответов	товарценараспределениесервис

Вопрос	Всевозможная деятельность фирмы с целью распространить сведения о достоинствах товара и убедить потребителей покупать его - это:
Тип вопроса	Вопрос с одиновчным выбором (один верный вариант ответа)
Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	- Методы стимулирования - Методы распространения - Методы распределения