

## **Оценочные материалы по учебной дисциплине «Маркетинг»**

Дополнительная профессиональная программа: «Педагогическое образование: Теория и методика преподавания экономики в образовательных организациях»

Настоящие оценочные материалы используются 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: Теория и методика преподавания экономики в образовательных организациях».

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:  $(\text{Количество верно отвеченных вопросов}) / (\text{Общее количество вопросов в тестировании}) \times 100$ .

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	<b>Потребность, подкреплённая покупательной способностью - это:</b>
Тип вопроса	Вопрос с одиночным выбором (один верный вариант ответа)
Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Запрос</li> <li>- Нужда</li> <li>- Статус</li> </ul>

Вопрос	<b>Для совершения добровольного обмена необходимо соблюдение следующих условий:</b>
Тип вопроса	Вопрос с множественным выбором (несколько верных вариантов ответа)
Инструкция	Укажите все верные варианты ответа (их может быть несколько)
Варианты ответов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сторон должно быть не более двух</li> <li>- Каждая сторона должна располагать чем-то, что представляет ценность для другой стороны</li> <li>- Каждая сторона должна быть способна осуществлять коммуникацию и доставку своего товара</li> <li>- Каждая сторона должна быть совершенно свободной в принятии или отклонении предложения другой стороны</li> </ul>

Вопрос	<b>Рынок включает в себя:</b>
Тип вопроса	Вопрос с одиночным выбором (один верный вариант ответа)

Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- совокупность существующих и потенциальных покупателей товара</li> <li>- совокупность потенциальных покупателей товара</li> <li>- совокупность существующих покупателей товара</li> </ul>

Вопрос	<b>Обмен, который включает посредника(ов) между производителями и покупателями, - это:</b>
Тип вопроса	Вопрос с одиночным выбором (один верный вариант ответа)
Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- централизованный обмен</li> <li>- децентрализованный обмен</li> </ul>

Вопрос	<b>Укажите основные альтернативные цели системы маркетинга:</b>
Тип вопроса	Вопрос с множественным выбором (несколько верных вариантов ответа)
Инструкция	Укажите все верные варианты ответа (их может быть несколько)
Варианты ответов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Достижение максимально возможного потребления</li> <li>- Достижение максимальной потребительской удовлетворенности</li> <li>- Предоставление максимально широкого выбора</li> <li>- Максимальное повышение качества жизни</li> </ul>

Вопрос	<b>Процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, характеристиках и поведении называется:</b>
Тип вопроса	Вопрос с одиночным выбором (один верный вариант ответа)
Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сегментированием рынка</li> <li>- отбором целевых сегментов рынка</li> <li>- прогнозирование спроса</li> </ul>

Вопрос	<b>Обеспечение товару четко отличного от других, желательного места на рынке и в сознании целевых потребителей - это:</b>
Тип вопроса	Вопрос с одиночным выбором (один верный вариант ответа)
Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Позиционирование на рынке</li> <li>- Оценка спроса</li> <li>- Реклама</li> <li>- PR</li> <li>- HR</li> </ul>

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

Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Комплекс маркетинга</li> <li>- Метод маркетинга</li> <li>- Ресурс маркетинга</li> </ul>

Вопрос	<b>Концепция 4P+S в маркетинге рассматривает следующие направления:</b>
Тип вопроса	Вопрос с множественным выбором (несколько верных вариантов ответа)
Инструкция	Укажите все верные варианты ответа (их может быть несколько)
Варианты ответов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- товар</li> <li>- цена</li> <li>- распределение</li> <li>- сервис</li> </ul>

Вопрос	<b>Всевозможная деятельность фирмы с целью распространить сведения о достоинствах товара и убедить потребителей покупать его - это:</b>
Тип вопроса	Вопрос с одиночным выбором (один верный вариант ответа)
Инструкция	Укажите верный вариант ответа
Варианты ответов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Методы стимулирования</li> <li>- Методы распространения</li> <li>- Методы распределения</li> </ul>