

21.12.2022

ООП 4/1

Дифференцированный зачет

Специальность: 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании

Дисциплина: ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

Квалификация выпускника – менеджер

Форма обучения – очная

Вид занятия: дифференцированный зачет (2 ч)

Цели:

- **обучающая:** углубление, систематизация, закрепление знаний, проверка знаний, развитие культуры речи, формирование умения аргументировано отстаивать свою точку зрения, отвечать на вопросы слушателей, выслушивать других, задавать вопросы.

- **развивающая:** развитие творческого подхода к решению самых разнообразных задач; формировать и развивать умение анализировать, выделять главное, вести конспект.

- **воспитательная:** формирование интереса к профессии у студентов, формирование определенных черт гармонически развитой личности; воспитывать умение работать самостоятельно.

Формируемые компетенции: осознание социальной значимости будущей профессии; стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и профессионального уровня.

Выполненную работу прислать на адрес эл.почты: yulya.khitrova88@mail.ru

Выполнить итоговый тест

1. Конечной целью маркетинга является:

- а) максимизация прибыли;
- б) производство товаров новинок;
- в) стимулирование продаж.

2. Цели деятельности фирм и цели маркетинга:

- а) совершенно идентичны;
- б) тесно взаимосвязаны;

в) совершенно не связаны.

3. В каком из вариантов ответа перечислены все основные составляющие комплекса маркетинга:

- а) продукт, товародвижение, продвижение, потребитель;
- б) продукт, товародвижение, продвижение, цена;
- в) продукт, продвижение, персонал, цена.

4. Какое из приведенных ниже высказываний наиболее точно и полно отражает сущность маркетинга в работе компании:

- а) маркетинг – система организации деятельности, которая помогает более успешно продавать товары и услуги;
- б) маркетинг – система организации работы, при которой деятельность в основном определяется потребностями потребителей и ситуацией на рынке;
- в) маркетинг – система организации работы, при которой успех компании обеспечивается за счет эффективной рекламы.

5. Какое из определений рынка больше всего соответствует представлениям маркетолога:

- а) рынок – это совокупность производителей и потребителей
- б) рынок – это система ведения хозяйства
- в) рынок – это совокупность потенциальных потребителей

6. Спрос на товар (услугу) как категория маркетинга – это:

- а) нужда в конкретном виде продукции;
- б) потребность в товаре (услуге);
- в) потребность в товаре (услуге), которая может быть оплачена потребителем;

7. Под потребностью понимают:

- а) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд;
- б) нужда, воплощенная в какую-либо конкретную форму;
- в) товар, который способен удовлетворить нужду потребителя;

8. В маркетинговых исследованиях к внутренним источникам информации относят...

- а) публикации научно-исследовательских центров и институтов;

- б) маркетинговую статистику по товарообороту фирмы;
- в) данные о маркетинговых затратах.

9. В маркетинговых исследованиях наблюдение как метод сбора первичной информации характеризуется следующими особенностями...

- а) позволяет учитывать множество взаимосвязанных факторов;
- б) предполагает открытый или скрытый сбор и регистрацию исследуемых событий или процессов;
- в) не зависит от готовности наблюдаемого объекта сообщать информацию;

10. В практике маркетинга используют следующие средства стимулирования сбыта...

- а) конкурсы, лотереи;
- б) объявления на транспорте, в печати;
- в) экспозиции и демонстрации товара в местах продажи;

Преподаватель

Ю.Е. Хитрова

