

18.11.2022 г.

ТЭК 2/2

Вид занятия: дифференцированный зачет

Цели занятия:

- **обучающая:** закрепить теоретические знания по теме, углубить и расширить, систематизировать и проконтролировать знания, сформировать умения и навыки студентов по теме.

- **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

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

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

Выполните тесты

1. Что является главным в определении маркетинг:

- а. сбыт товара;
- б. снижение издержек производства;
- в. удовлетворение потребностей потребителей;

2. Основоположник маркетинга:

- а. Альфред Ньюман;
- б. Клейтон Кристенсен;
- в. Филип Котлер;

3. Система основных идей, положений и инструментария маркетинговой деятельности, которые используются для достижения целей предприятия -это:

- а. концепция маркетинга;
- б. окружающая среда маркетинга;
- в. комплекс маркетинга ;

4. Комплекс маркетинга -это ...

- а. набор правил и принципов, изменяющих деятельность компании или условия работы рынка;
- б. вывод компании на лидирующие позиции в сегменте;
- в. система основных идей, положений и инструментария маркетинговой деятельности;

5. К законам рынка относятся:

- а. закон обмена товаров, закон спроса и предложения;
- б. закон спроса и предложения;
- в. закон стоимости, закон спроса и предложения, закон конкуренции;

6. Что является каналом товародвижения?

- а. путь перевозки товара;
- б. цепочка торговых посредников, через которых проходит товар;
- в. маршрут движения товара в географическом пространстве;

7. Посредники, имеющие право действовать от имени производителя, называются:

- а. брокеры;
- б. мелкооптовые поставщики;
- в. оптовые торговцы;

8. Затраты на приобретение товара относятся к:

- а. показателям конкурентоспособности товара;
- б. показателям конкурентоспособности фирмы;
- в. показателям конкурентоспособности рентабельности;

9. Горизонтальные маркетинговые системы – это ...

- а. объединение посредников одного уровня (например, сеть магазинов);
- б. когда весь канал распределения принадлежит одному из участников, обычно производителю или крупному оптовику;

в. когда к сотрудничеству привлекается максимальное число торговых посредников;

10. Программа, созданная для анализа стратегии и планирования в системе продвижения продукта – это

- а. SWOT-анализ;
- б. матрица БКГ;
- в. PESTEL-анализ;

11. В случае, когда спрос выше предложения, цена на товар:

- а. не изменится;
- б. вырастет;
- в. упадет;

12. В маркетинговую деятельность не входит...

- а. выбор технологии производства;
- б. маркетинговые исследования;
- в. формирование рекламного бюджета;

13. В случае, когда спрос выше предложения, цена на товар:

- а. не изменится;
- б. вырастет;
- в. упадет;

14. Все, что может удовлетворить нужду:

- а. потребность;
- б. товар;
- в. запрос;

15. К какой концепции принадлежит ведущая идея:

- а. произвожу то, что хочу;
- б. произвожу то, что нужно потребителю;
- в. произвожу то, в чем будет нуждаться потребитель;