

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 25.06.2026 14:01:12
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfcd876

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Основы маркетинга, 2 курс 4 семестр

Код, направление подготовки	420301 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Менеджмента и бизнеса
Выпускающая кафедра	психологии

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ПК-3.2:	9. Маркетинговая среда фирмы - это (один верный ответ)	а) субъекты и факторы, влияющие на маркетинговую деятельность фирмы б) отделы маркетинговой службы фирмы в) информация, на основе которой работает маркетинг фирмы г) коммуникационные каналы фирмы д) все ответы не верны	низкий
ПК-3.2:	Отметьте, как в маркетинге называют источник мотивации покупки, заставляющий потребителя выбрать именно этот товар: (один ответ верный)	а) критерием сегментирования; б) брендом; в) имиджем товара; г) атрибутом позиционирования.	низкий
ПК-3.2:	Что из перечисленного относится к элементами комплекса	а) товар, цена, сбыт, продвижение б) микромаркетинговая среда, потребитель, конкуренты,	низкий

	маркетинга («4Р»)? (один вопрос верный)	посредники в) макромаркетинговая среда, посредники, рынок, реклама г) персонал, потребители, конкуренты, посредники	
ПК-3.2:	Что из данного относится к элементам маркетинговой микросреды:	а) законодательство в области предпринимательства б) социально-культурная ситуация в стране в) клиентура фирмы г) политическая ситуация в стране	низкий
ПК-3.2:	Определите, что подходит для выявления покупательских предпочтений?	а) анкетный опрос б) контент-анализ прессы в) моментные обследования магазинов г) эксперимент	низкий
ПК-3.2:	Что из данного по теории маркетинга относится к источникам первичной информации (два верных ответа)?	а) деловая корреспонденция предприятия б) результаты опроса продавцов о поведении потребителей и данные наблюдения реакции потребителей на товар в) результаты опросов потребителей товаров и услуг г) результаты ранее проведенных исследований мнений и предпочтений потребителей	средний
ПК-3.2:	Лучше всего суть понятия «концепция маркетинга» проявляется в данном утверждении: (два ответа верны)	а) план работы организации по сбыту товара б) интегрированная целевая философия маркетинговой деятельности в) система основных идей маркетинга, общий замысел г) совокупность методов воздействия на потребителей	средний
ПК-3.2:	Определите с помощью чего можно определить объем выборочной совокупности: (два ответа верны)	а) таблицы Паниотто б) статистического метода в) таблицы Стюдента г) корреляционного анализа	средний
ПК-3.2:	Каким требованиям должен соответствовать сегмент рынка в маркетинге? (два ответа верны)	а) сегмент должен иметь достаточную ёмкость для получения прибыли; б) характеристики сегмента должны быть измеримы; в) сегмент должен определяться качественными показателями; г) сегмент должен включать разнородных по запросам потребителей.	средний
ПК-3.2:	Выберите несколько вариантов. В маркетинге покупатель – это субъект, который:	а) обладает правами выбирать товар, оговаривать условия и сроки покупки товара; б) непосредственно совершает покупку; в) оказывает влияние на решение о покупке;	средний

		г) является инициатором покупки.	
ПК-3.2:	Какой из данных вариантов в меньшей степени относится к лозунгам маркетинга: (один верный ответ)	а) любите клиента, а не товар б) отыщите потребность и удовлетворите ее в) все ответы неверны г) все ответы верны	средний
ПК-3.2:	Кто считает, что стратегия должна: содержать ясные цели, достижение которых является решающим для общего исхода дела; поддерживать инициативу; концентрировать главные усилия в нужное время в нужном месте; предусматривать такую гибкость поведения, чтобы использовать минимум ресурсов для достижения максимального результата; обозначать скоординированное руководство; предполагать корректное расписание действий; обеспечивать гарантированные ресурсы? (один верный ответ)	а) Минцеберг б) Квин в) Портер г) МакКинсей	средний
ПК-3.2:	7. Внешние источники не включают в себя: (один верный ответ)	а) перепись населения б) "Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения" Бюллетень ВЦИОМ в) Издания Госкомстата РФ: "Российский статистический ежегодник", "Россия в цифрах". Краткий статистический сборник , "Экономическая конъюнктура". Аналитический сборник Центра Экономической конъюнктуры при правительстве г) "бизнес-путеводитель по России" д) постановления Правительства РФ е) отчеты торгового персонала	средний
ПК-3.2:	Стратегия диверсификации направлена на:	а) ликвидацию товарных остатков б) усиление конкурентной борьбы и вытеснения конкурентов с	средний

	(один верный ответ)	рынка в) воздействие на конечных потребителей г) вывод новых товаров на новые рынки д) этап ценообразования	
ПК-3.2:	Согласно одной из теорий мотивации удовлетворения наших потребностей, существует утверждение о том, что человек не в состоянии полностью понять мотивы своих действий. Такая точка зрения принадлежит;	а) Абрахаму Маслоу; б) Зигмунду Фрейдю; в) Фредерику Герцбергу; г) Максуд Веберу.	средний
ПК-3.2:	Выберите несколько вариантов. Какие проблемы производителю позволяет решить стратегия высоких цен в практике маркетинга?	а) обеспечить значительный рост доли рынка; б) осваивать новые ценовые сегменты рынка в будущем; в) быстро возместить затраты, связанные с разработкой товара; г) увеличить цену в будущем.	ВЫСОКИЙ
ПК-3.2:	Выберите, какими утверждениями характеризуется социальная реклама в практике маркетинговых коммуникаций:	а) направлена на благотворительные цели; б) направлена на формирование имиджа организации; в) направлена на различные социальные слои с целью совершать повторные покупки; г) представляет общественные или государственные интересы.	ВЫСОКИЙ
ПК-3.2:	Рынок продавца – это	а) когда спрос выше предложения; б) когда спрос ниже предложения; в) когда спрос равен предложению г) верный вариант А и В д) когда продавец диктует на рынке е) все варианты верны	ВЫСОКИЙ
ПК-3.2:	Определите правильность последовательности развития рынка: Один верный ответ)	а) 1-й период — сбытовой; 2-й период – производственный 3-й период - маркетинговый; б) 1-й период — маркетинговый; 2-й период – производственный; 3-й период — .сбытовой; в) 1-й период — производственный; 2-й период — сбытовой 3-й период — маркетинговый.	ВЫСОКИЙ

		<p>г) Нет правильного варианта д) Все варианты верны</p>	
ПК-3.2:	<p>Высшее руководство швейного предприятия считает, что, осуществляя предпринимательскую деятельность, следует учитывать, во – первых, свои интересы; во – вторых, интересы потребителей швейных изделий, и, третьих, необходимо обеспечивать сохранение окружающей среды. В данном случае предприятие, скорее всего, реализует: (один верный ответ)</p>	<p>а) концепцию маркетинга б) концепцию интенсификации коммерческих усилий в) концепцию совершенствование товара г) концепцию социально – этичного маркетинга д) все ответы не верны</p>	ВЫСОКИЙ