Модульна контрольна робота №1.

Маркетинг

В-1

1.Функції маркетингу.

2. Прогнозування розвитку ринку.

**Тести.**

**1. Під шириною товарного асортименту розуміють:**

1) Загальну кількість товарних груп.

2) Загальну кількість окремих видів товарів.

3) Варіанти пропозицій окремих видів товарів у рамках

асортиментної групи.

4) Ступінь близькості між товарами різних асортиментних

груп.

**2. Вирішення якого комплексу проблем передбачає розробка**

**маркетингової товарної політики?**

1) Управління товарним асортиментом, вибір товарної марки,

упаковки, визначення сервісної політики.

2) Визначення конкурентоздатності продукції, її технічних,

економічних, нормативних, і патентно-правових

показників.

3) Управління товарним асортиментом, сегментування ринку,

позіціонування товару, пошук постачальників.

4) Управління товарним асортиментом, вибір товарної марки,

упаковки, маркування, аналіз маркетингового середовища,

визначення сервісної політики.

5) Управління товарним асортиментом, вибір товарної марки,

упаковки, визначення сервісної політики, складання плану

маркетингу.

**3. До функцій упаковки не відноситься:**

1) Захисна функція.

2) Збутова функція.

3) Комунікативна функція.

4) Функція полегшення використання продукту.

**4. Які параметри покладені в основу моделі життєвого циклу**

**товару?**

1) Прибуток та час.

2) Обсяги продажу та час.

3) Витрати та прибуток.

4) Обсяги продажу та темпи зростання ринку.

**5. Для якого з цих товарів доцільно використати жорсткий**

**сервіс?**

51) Будівельні матеріали.

2) Газове обладнання

3) Сільськогосподарська техніка

4) Меблі.

**Творче завдання.**

Охарактеризуйте за основними показниками асортимент компанії Procter&Gamble.

Викладач Вікарчук О.І.

Модульна контрольна робота №1.

Маркетинг

В-2.

1. Маркетингова інформаційна система.

2. Сутність, значення та основні поняття маркетингу.

**Тести**

**1. Для якого з цих товарів доцільно використати метод**

**розрахунку інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності?**

1) Побутова хімія.

2) Верхній одяг.

3) Автомобілі.

4) Кондитерські вироби.

**2. Показниками товарного асортименту є:**

1) Ширина, довжина, оновлюваність, насиченість.

2) Насиченість, постійність, іноваційність, гармонійність.

3) Ширина, глибина, насиченість, гармонійність.

4) Довжина, глибина, раціональність, іноваційність.

**3. Знайдіть правильний вираз:**

1) Товарна марка – це зареєстрований товарний знак.

2) Упаковка товару складається із двох елементів.

3) Найбільший обсяг прибутку підприємство отримує на

стадії зростання життєвого циклу.

4) Товари екстренних покупок є різновидом групи товарів

попереднього вибору.

**4. Найвищим рівнем лояльності до певної торговельної марки**

**характеризуються:**

1) Товари повсякденного попиту.

2) Товари попереднього вибору.

3) Товари особливого попиту.

4) Товари пасивного попиту.

**5. Одним із принципів ефективної організації сервісної**

**політики підприємства є його еластичність, а саме:**

1) Постійне зниження рівня цін на додаткові послуги

порівняно з пропозиціями конкурентів.

2) Розширення кількості додаткових послуг, що надає

підприємство.

3) Надання послуг в тому місці і в той час, які є максимально

зручними для споживачів.

64) Визначення найбільш затребуваних видів додаткових

послуг та включення їх вартості до відпускної ціни

основного продукту.

**Творче завдання.**

 Виконайте критичний аналіз законодавства України щодо захисту авторських прав та порівняйте із законодавством провідних країн світу.

Викладач Вікарчук О.І.