

## Определите соответствие желаний потребителей и типов конкурентов

- желания конкуренты

Ответ 1

- товарно-родовые конкуренты

Ответ 2

- товарно-видовые конкуренты

Ответ 3

- марки-конкуренты

Ответ 4

## Продолжите фразу: цели спортивной организации и цели маркетинга...

- не связаны друг с другом, совершенно различны
- идентичны
- тесно взаимосвязаны и соотносятся друг с другом как предмет и метод
- цели спортивной организации должны направлять действия маркетингового отдела, но не важны для всей сферы деятельности

## Какая концепция маркетинга будет наиболее эффективной на рынке, где предложение превышает спрос

- концепция маркетинга
- концепция совершенствования товара
- концепция совершенствования производства
- концепция интенсификации коммерческих усилий
- концепция социально-этичного маркетинга

## Какая концепция маркетинга утверждает, что залогом достижения целей фирмы являются определение нужд и потребностей целевых рынков

- концепция чистого маркетинга
- концепция интенсификации коммерческих усилий
- концепция социально-этичного маркетинга
- концепция совершенствования товара
- концепция совершенствования производства

## Какая концепция маркетинга утверждает, что потребители будут благожелательны к товарам широко распространенным и доступным по цене

- концепция совершенствования производства
- концепция чистого маркетинга
- концепция интенсификации коммерческих усилий
- концепция совершенствования товара
- концепция социально-этичного маркетинга

## Какая концепция маркетинга утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам, предлагающим наивысшее качество

- концепция совершенствования товара
- концепция чистого маркетинга

- концепция совершенствования производства
- концепция социально-этичного маркетинга
- концепция интенсификации коммерческих усилий

**Какая концепция маркетинга утверждает, что потребители не будут покупать товары фирмы в достаточных количествах без значительных усилий в сфере сбыта**

- концепция интенсификации коммерческих усилий
- концепция совершенствования производства
- концепция чистого маркетинга
- концепция совершенствования товара
- концепция социально-этичного маркетинга

**Какой рынок стимулирует продавца использовать концепцию маркетинга**

- рынок покупателя
- рынок продавца
- монополистический рынок
- олигополистический рынок

**Маркетинг – это**

- вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена
- удовлетворение потребностей
- вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение желаний
- сбыт и стимулирование
- реклама

**Расположите последовательно этапы принятия покупателем решения о покупке**

- осознание проблемы

Ответ 1

- оценка вариантов

Ответ 2

- поиск информации

Ответ 3

- решение о покупке

Ответ 4

- реакция на покупку

Ответ 5

**Укажите социальные факторы, влияющие на покупателя**

- социальный класс
- семья
- референтные группы
- роли и статусы
- образ жизни

**Основной вопрос, волнующий исследователей потребительского поведения, это**

- как реагируют потребители на побудительные факторы маркетинга
- как добиться максимальной прибыли
- каковы потребности покупателей
- почему они покупают товары конкурентов

**Основной первопричиной, определяющей потребности и поведение человека является**

- культура
- социальное положение
- экономическое положение
- семья

**По степени важности для потребителя физкультурно-оздоровительные услуги подразделяются на**

- основные
- дополнительные
- сопутствующие
- платные
- бесплатные
- групповые
- индивидуальные

**Согласно теории мотивации Маслоу, в самую первую очередь человек будет удовлетворять**

- физиологические потребности
- социальные потребности
- потребности в самосохранении

**Укажите психологические факторы, оказывающие влияние на поведение покупателя**

- мотивация
- усвоение
- убеждение и отношение
- восприятие
- тип личности и представление о самом себе
- образ жизни

**Укажите источники личной информации, позволяющие потребителю принять решение о покупке**

- семья
- друзья
- соседи
- продавцы
- СМИ

**Какой модели покупательского поведения соответствует следующее утверждение: "... модель основана на предположении, что покупатель рационален и последователен в совершаемых действиях. При принятии решения о покупке потребитель руководствуется прагматическими соображениями, в соответствии с личными представлениями о максимальной полезности и выгоды товаров.**

**Наиболее существенными факторами данной модели являются: уровень дохода покупателя, цена товара, эксплуатационные расходы и т.д.**

- экономическая модель
- социологическая модель
- психологическая модель

**К какой модели покупательского поведения относится следующее утверждение: "... модель основана на предположении, что основную роль в покупательском поведении играет общественная среда, которая окружает человека или к которой он хотел бы принадлежать."**

- социологическая модель
- экономическая модель
- психологическая модель

**Выберите соответствующий данному определению термин: "Организация жизни не по статистическим критериям, а в зависимости от своего мнения, интересов, состояния."**

- стиль жизни
- убеждения покупателя
- потребительское поведение
- мотивация
- неосознанные потребности

**Укажите роль государства в установлении свободных цен**

- государство устанавливает правила поведения на рынке вводя запреты
- государство устанавливает правила определения цены для предприятий
- государство само устанавливает цены

**Для какого класса потребительских товаров важно наличие множества торговых точек**

- товаров повседневного выбора
- товаров пассивного спроса
- товаров особого спроса
- товаров предварительного выбора

**Для чего производители изучают цены конкурентов**

- для использования их в качестве основы при ценовом позиционировании собственного товара
- 
- для повышения конкурентоспособности своего товара
- для привлечения внимания потребителей к ценам

**Жизненный цикл товара – это**

- процесс развития продаж товара и получения прибылей
- процесс внедрения товара на рынок
- период разработки товара
- механизм управления продажами товара

**Из следующих товаров выберите те, которые относятся к группе товаров кратковременного пользования**

- спортивное питание
- спортивный инвентарь
- услуги по прокату спортивного инвентаря

**Какая ценовая стратегия предлагает: "Если цель фирмы сохранить занятую долю рынка, то надо использовать методы неценовой конкуренции"**

- защита позиции
- введение нового товара
- выход на новый рынок
- последовательный проход по сегментам
- быстрое возмещение затрат
- стимулирование комплексных продаж

**Какие условия должны быть выдержаны при определении цены на товар**

- цена должна покрывать затраты на производство
- цена должна приносить прибыль
- цена должна соответствовать цене спроса
- цена должна соответствовать указаниям правительства
- цена должна быть выше цены конкурентов

**Какую ценовую стратегию Вы бы выбрали, если бы не были уверены в коммерческом успехе вашего товара**

- защита позиции
- выход на новый рынок
- введение нового товара
- последовательный проход по сегментам
- быстрое возмещение затрат
- стимулирование комплексных продаж

**Предлагаемый на продажу товар с определенным набором свойств, уровнем качества, марочным названием и упаковкой называется**

- товаром в реальном исполнении
- товаром по замыслу
- товаром с подкреплением

**Расставьте по порядку этапы процесса ценообразования**

- определение спроса

Ответ 1

- установление окончательной цены

Ответ 2

- анализ цен конкурентов

Ответ 3

- выбор методов ценообразования

- Ответ 4
- выбор цели ценообразования
- Ответ 5
- анализ издержек
- Ответ 6

#### Составьте последовательность двухуровневого канала распределения

- производитель
- Ответ 1
- потребитель
- Ответ 2
- оптовый торговец
- Ответ 3
- розничный торговец
- Ответ 4
- мелкооптовый торговец
- Ответ 5

#### Укажите верное утверждение. Большинству производителей

- доставлять товар на рынок помогают посредники
- услуги посредников по доставке товара на рынок не нужны
- помощь посредников не нужна , т.к. они сами доставляют товар на рынок

#### Использование независимых посредников позволяет производителю

- увеличить рынки и объем сбыта
- освободившиеся средства вкладывать в свой основной бизнес
- иметь прямые контакты с потребителями
- производить больше товара
- не разрабатывать сбытовую стратегию

#### Косвенные каналы распределения

- связаны с перемещением товаров и услуг от производителя к независимому участнику товародвижения, а затем к потребителю
- связаны с перемещением товаров и услуг от производителя к потребителю без использования посредников
- связаны с перемещением товаров и услуг от производителя к потребителю, а затем к посреднику

#### Мероприятия СТИС

- адресованы тем, кто уже купил данный товар, и имеют цель добиться, чтобы покупки совершались часто и регулярно
-

- рассчитаны на людей еще не имеющих сколько-нибудь ясного представления о потребительских свойствах товара, а потому и не испытывающих никакого желания его приобрести

**Укажите как правильно расшифровывается аббревиатура ФОС**

- формирование спроса
- форсирование сбыта
- фиксирование сбыта
- фиксирование спроса

**Услуги посредника оправданы, если**

- рынок требует создания мощной сбытовой сети, а собственных средств для этого недостаточно
- рынок разбросан географически
- велики транспортные расходы
- плохо изучен рынок
- товар неконкурентоспособен
- рынок требует присутствия большого числа производителей

**Какая характеристика услуги наибольшим образом влияет на длину канала распределения услуг**

- неотделимость от источника
- неосвязаемость
- непостоянство качества
- несохраняемость