

**VIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ОЛИМПИАДА
МИЦ «Вектор развития: ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»**

Определите, верно ли данное утверждение:

- 1. Маркетинг как концепция управления действиями субъектов рынка в условиях конкуренции приобрел свою известность в мировом масштабе благодаря его эффективному применению как в коммерческой, так и некоммерческой сферах:**
А. ДА.
Б. НЕТ.
- 2. Одной из основ деятельности любого предприятия, работающего на принципах маркетинга, является девиз: «производить только то, что нужно рынку, что будет востребовано покупателем»:**
А. ДА.
Б. НЕТ.
- 3. Прямое управляющее воздействие на объект управления представляет собой взаимодействие трех функций: планирования, организации и мотивации.:**
А. ДА.
Б. НЕТ.
- 4. Межличностные роли подразумевают взаимодействие менеджера с другими людьми только внутри организации:**
А. ДА.
Б. НЕТ.
- 5. Менеджер не должен обладать разнообразными управленческими навыками и способностями.:**
А. ДА.
Б. НЕТ.

Установите соответствие:

	Термин, понятие	Определение
6.	Биллборд	А. Тип маркетинговой практики, в задачу которого входит отвлечение от покупки или потребления какого-либо продукта,
7.	Демаркетинг	Б. Деление потребителей на сходные группы в соответствии с географическими (место покупки), демографическими (возраст, доход, род занятий) и психографическими (мотивы покупки, стиль жизни) критериями в отношении ими покупки продукта, его цены, системы распределения и соответствующих стимулов приобретения.
8.	Стратегия	В. Зависимость одного объекта (человека, механизма, обстоятельств и др.) от

		другого.
9.	Делегирование	Г. Средство наружной рекламы, на котором изображаются сообщения (щит, панель)
10.	Генеральная совокупность	Д. Процесс обеспечения достижения целей организации.
11.	Единоначалие	Е. средства обеспечения неличного представления компании, идеи, товара или услуги.
12.	Контроль	Ж. Все представители потребительской группы или носители какого–либо признака: избиратели, потребители, студенты, пенсионеры и т.п.
13.	Сегментирование рынка	З. Передача полномочий лицу, которое будет выполнять задачу.
14.	Власть	И. Принцип создания организации, согласно которому человек должен подчиняться только одному начальнику и отчитываться только перед ним.
15.	Паблицити	К. Общий план достижения главной цели, предполагающий определение направлений, куда будут использованы ограниченные ресурсы (человека, организации).

Ответьте на вопросы теста. В каждом вопросе только один правильный вариант ответа:

- 16. Выделите качественные показатели эффективности менеджмента:**
- А. Сокращение расходов на управление, сокращение трудоемкости процессов управления.
 - Б. Повышение квалификации менеджеров, завоевание общественного доверия, удовлетворенность трудом.
- 17. Основные задачи, которые можно решить с помощью деловых совещаний:**
- А. Увеличить прибыль и производительность труда.
 - Б. Развитие и укрепление политики предприятия и проведение ее в жизнь.
 - В. Рассчитать показатели эффективности управления.
- 18. Выделите основные ошибки, допускаемые при проведении совещания:**
- А. Не делаются перерывы; не регламентируется его продолжительность; не ограничивается время на доклады и выступления.
 - Б. Ограничение времени на доклады и выступления; продолжительные перерывы.
- 19. Это первичный, официальный документ, составленный по определенной форме и содержащий запись выступлений участников совещания, собрания, заседания и принятые ими решения:**
- А. Протокол решений.
 - Б. Протокол совещания.
 - В. Сборник выступлений.
- 20. Означает отношение к другому человеку как равному себе самому:**
- А. Уважение.

Б. Партнерство.

В. Равноправие.

21. Представляют собой обмен сообщениями между разными отделами, подразделениями, находящимися на одном уровне в организации, и между коллегами по работе внутри этих подразделений:

А. Горизонтальные коммуникации.

Б. Вертикальные коммуникации.

В. Диагональные коммуникации.

22. Представляет собой совокупность требований, установленных законодательными актами, нормативно-техническими и проектными документами, правилами и инструкциями, выполнение которых обеспечивает безопасные условия труда и регламентирует поведение работающего:

А. Требования труда.

Б. Законы труда.

В. Безопасность труда.

23. В такой сети руководитель контролирует деятельность подчиненных. Число каналов может быть различным, но всегда есть центр, к которому они сходятся:

А. Звезда.

Б. Круг.

В. Шпора.

24. Это наиболее известный в маркетинге инструмент классификации товаров по доле на рынке относительно основных конкурентов и по темпам годового роста рынка:

А. Матрица Ансоффа.

Б. Точка безубыточности.

В. Бостонская консультативная группа (БКГ).

25. Максимальное скольжение по сегментам рынка – стратегия ценообразования, основанная на быстром обновлении продукции, на смене сегментов рынков. На новый продукт устанавливается максимально возможная цена; после того, как продажи упадут, устанавливается новая цена – для следующего (по уровню доходов) сегмента рынка и т.п.:

А. «Снятие сливок».

Б. Лидерство по качеству продукции.

В. Максимизация роста продаж.

26. Укажите способ охвата рынка, представленный на картинке:

А. Концентрация на единственном сегменте.

Б. Ориентация на покупательскую потребность.

В. Ориентация на группу потребителей.

Г. Выборочная специализация.

Д. Полный охват рынка.

И1	■	■	■
И2	■	□	■
И3	■	■	■
	Г1	Г2	Г3

И – интенсивность покупательской потребности.

Г – возрастная группа потребителей.

27. Укажите вид жизненного цикла товара, представленный на графике:

А. Продолжительный бум.

Б. Возобновление спроса.

В. Нахождение новых сфер применения продукта.

Г. Неудачный продукт.



28. Издержки по привлечению нового клиента - 5000 руб. Число новых клиентов – 750 человек. Издержки по удержанию существующего клиента составляют 20% от издержек по привлечению нового клиента. Количество повторных клиентов – 2670 человек. Рассчитайте маркетинговый бюджет:

А. 1080000 руб.

Б. Невозможно рассчитать.

В. 6420000 руб.

29. Процент изменения объема продаж за неделю 125%. Процент изменения рекламных расходов за неделю 285%. Эластичность рекламы составит:

А. 2,28.

Б. 0,44.

В. 356,25.

30. Фактическая доля рынка 8,5%. Потенциальная доля рынка 25%. Индекс освоения доли равен:

А. 294.

Б. 21,25.

В. 34.