

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ

УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра экономики и прикладной информатики

УТВЕРЖДАЮ

И.о. проректора по УР М.Х. Чанкаев

«29» апреля 2026г., протокол №7

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

МАРКЕТИНГ

(наименование дисциплины (модуля))

ТЕСТОВЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МАРКЕТИНГ

Компетенции;

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

№ задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1	2	Прочитайте текст и выберите правильный ответ Производить то, что хочет покупатель и то, что он может купить в данный момент времени – это... Варианты ответа: 1)идея маркетинга 2)цель маркетинга 3)функция маркетинга 4)стратегия маркетинга	УК-10
2	3	Прочитайте текст и выберите правильный ответ Назовите функцию, которая предполагает организацию производства новых товаров, управления качеством конкурентоспособностью продукции Варианты ответа: 1) продаж 2) управления и контроля 3) производственная 4) спроса	УК-10
3	2	Прочитайте текст и выберите правильный ответ Назовите составляющие комплекса маркетинга Варианты ответа: 1) товарная политика 2) товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политика 3) сбытовая политика 4) коммуникативная политика	УК-10
4	4	Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Назовите функцию, которая предполагает организацию системы товародвижения и сервиса Варианты ответа: 1) Организационная 2) Управленческая 3) Производственная 4) Сбытовая	УК-10
5	4	Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Основные понятия отражающие сущность маркетинга, - это: Варианты ответа: 1) Нужда, потребность 2) Запрос ,товар 3) Обмен, сделка	УК-10

		4) Все ответы верны	
6	2	Прочитайте текст и выберите правильный ответ К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи : 1) географическому 2) демографическому 3) поведенческому 4) психографическому	УК-10
7	13	Прочитайте текст и выберите два правильных ответа Маркетинг организации как вид маркетинговой деятельности направлен на.... 1) создание, поддержание отношений лиц, общественных слоев и предприятий ,представляющих интерес для организации 2) Увеличение доли рынка организации 3) Горизонтальный контроль маркетинга предполагает контроль 4) Рост объемов продаж продукции	УК-10
8	12	Прочитайте текст и выберите два правильных ответа В практике маркетинга использование каналов прямого сбыта позволяет производителю получать следующие преимущества ... 1) Осуществлять контроль сбыта 2) Получать информацию о реакции потребителей на товар 3) Обеспечивать доступную продажу товара на большой территории 4) Экономить финансовые средства при складировании ,хранении и реализации продукции	УК-10
9	34	Прочитайте текст и выберите два правильных ответа В практике маркетинга потребители выделяют следующие негативные результаты маркетинговой деятельности 1) Повышение доходов производителя 2) Сегментирование потребителей по различным признакам 3) Продажа некачественных или небезопасных в обращении товаров 4) Практика запланированного устаревания товаров	УК-10
10	34	Прочитайте текст и выберите два правильных ответа По временному признаку в теории маркетинга маркетинговые исследования разделяют на исследования	УК-10

		1) Объемов продаж 2) Вторичное 3) Прогнозное 4) Ретроспективное											
11	13	Прочитайте текст и выберите два правильных ответа В теории маркетинга сущность таких характеристик услуг как «неосвязаемость» и неотделимость от производителя выражают следующие утверждения 1) Осуществление услуги возможно только в присутствии производителя 2) Услугу невозможно увидеть и попробовать до ее покупки 3) Услуга может быть опробована до покупки в присутствии производителя 4) Произведенная услуга может сохранить до момента потребления	УК-10										
12	A4 B2 B3 Г1	Прочитайте текст и соотнесите этап эволюции маркетинга с его содержанием и соотнесите элементы попарно <table><tr><th>Этапы</th><th>Содержание</th></tr><tr><td>А).Первый этап (1860-1950)</td><td>1.Усиление тенденции индивидуального подхода к потребителю</td></tr><tr><td>Б).Второй этап (1951-1970)</td><td>2. Формирование трех основополагающих подходов к организации маркетинговой деятельности: функционального, институционального и товарного</td></tr><tr><td>В). Третий этап (1971-1990)</td><td>3.Превращение маркетинга в комплексную системную деятельность</td></tr><tr><td>Г). Четвертый этап 1991-н.в.</td><td>4.Концентрация производства, его механизация и автоматизация</td></tr></table>	Этапы	Содержание	А).Первый этап (1860-1950)	1.Усиление тенденции индивидуального подхода к потребителю	Б).Второй этап (1951-1970)	2. Формирование трех основополагающих подходов к организации маркетинговой деятельности: функционального, институционального и товарного	В). Третий этап (1971-1990)	3.Превращение маркетинга в комплексную системную деятельность	Г). Четвертый этап 1991-н.в.	4.Концентрация производства, его механизация и автоматизация	УК-10
Этапы	Содержание												
А).Первый этап (1860-1950)	1.Усиление тенденции индивидуального подхода к потребителю												
Б).Второй этап (1951-1970)	2. Формирование трех основополагающих подходов к организации маркетинговой деятельности: функционального, институционального и товарного												
В). Третий этап (1971-1990)	3.Превращение маркетинга в комплексную системную деятельность												
Г). Четвертый этап 1991-н.в.	4.Концентрация производства, его механизация и автоматизация												
13	A1 B2 B3 Г4	Установите соответствие между ключевыми понятиями маркетинга и их определениями <table><tr><td>А).Покупка</td><td>1.процесс приобретения товара или услуги на рынке</td></tr><tr><td>Б).Обмен</td><td>2 способ получения от партнера по купле-продаже товара или услуги</td></tr><tr><td>В). Сделка</td><td>3 торговая операция между</td></tr></table>	А).Покупка	1.процесс приобретения товара или услуги на рынке	Б).Обмен	2 способ получения от партнера по купле-продаже товара или услуги	В). Сделка	3 торговая операция между	УК-10				
А).Покупка	1.процесс приобретения товара или услуги на рынке												
Б).Обмен	2 способ получения от партнера по купле-продаже товара или услуги												
В). Сделка	3 торговая операция между												

			заинтересованными сторонами в осуществлении процесса купли-продажи товара или услуги											
		Г).Спрос	конкретная потребность, предъявленная на рынке											
14	A2 B1 B3	Установите соответствие между ключевыми понятиями маркетинга и их определениями <table><tr><td>Виды потребностей</td><td>Характеристика</td></tr><tr><td>1. Субъекты маркетинговых отношений</td><td>1.Материальные товары ,услуги, идеи, организации, территории и личности</td></tr><tr><td>2. Объекты маркетинга</td><td>2.производители,посредники и потребители разнообразной продукции</td></tr><tr><td>3.Принципы маркетинга</td><td>3.товарная политика ,ценообразование ,сбыт</td></tr><tr><td></td><td>идейный стержень ,задающий характер маркетингового подхода к современному менеджменту</td></tr></table>		Виды потребностей	Характеристика	1. Субъекты маркетинговых отношений	1.Материальные товары ,услуги, идеи, организации, территории и личности	2. Объекты маркетинга	2.производители,посредники и потребители разнообразной продукции	3.Принципы маркетинга	3.товарная политика ,ценообразование ,сбыт		идейный стержень ,задающий характер маркетингового подхода к современному менеджменту	УК-10
Виды потребностей	Характеристика													
1. Субъекты маркетинговых отношений	1.Материальные товары ,услуги, идеи, организации, территории и личности													
2. Объекты маркетинга	2.производители,посредники и потребители разнообразной продукции													
3.Принципы маркетинга	3.товарная политика ,ценообразование ,сбыт													
	идейный стержень ,задающий характер маркетингового подхода к современному менеджменту													
15	A4 B2 B1 Г3	Установите соответствие между ключевыми понятиями маркетинга и их определениями <table><tr><td>А).Нужда</td><td>1.потребность,обеспеченная деньгами</td></tr><tr><td>Б).Потребность</td><td>2. нужда, принявшая специфическую форму, в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида</td></tr><tr><td>В).Запросы</td><td>3 все, что может удовлетворить потребность</td></tr><tr><td>Г).Товар</td><td>4. чувство ,ощущаемое человеком нехватки чего-либо, требующее удовлетворения</td></tr></table>		А).Нужда	1.потребность,обеспеченная деньгами	Б).Потребность	2. нужда, принявшая специфическую форму, в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида	В).Запросы	3 все, что может удовлетворить потребность	Г).Товар	4. чувство ,ощущаемое человеком нехватки чего-либо, требующее удовлетворения	УК-10		
А).Нужда	1.потребность,обеспеченная деньгами													
Б).Потребность	2. нужда, принявшая специфическую форму, в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида													
В).Запросы	3 все, что может удовлетворить потребность													
Г).Товар	4. чувство ,ощущаемое человеком нехватки чего-либо, требующее удовлетворения													
16	A3 B1 B2 Г4	Установите соответствие между понятиями и их характеристиками : <table><tr><td>А). Розничные цены</td><td>1.цены,по которым сельскохозяйственные производители реализуют сельскохозяйственную продукцию крупными объемами государству и предприятиям</td></tr><tr><td>Б). Закупочные цены</td><td>2.цена ,которая</td></tr></table>		А). Розничные цены	1.цены,по которым сельскохозяйственные производители реализуют сельскохозяйственную продукцию крупными объемами государству и предприятиям	Б). Закупочные цены	2.цена ,которая	УК-10						
А). Розничные цены	1.цены,по которым сельскохозяйственные производители реализуют сельскохозяйственную продукцию крупными объемами государству и предприятиям													
Б). Закупочные цены	2.цена ,которая													

			устанавливается на товар, продаваемый крупными партиями	
		В). Оптовые цены	3.цена,которая устанавливается на товар, продаваемый в личное потребление в малых количествах	
		Г).Тарифы	4. цены на услуги и работы, то есть товары особого рода ,не имеющие конкретной материально-вещественной формы	
17	1234	Прочитайте текст и установите последовательность действия во время биржевых торгов : 1.поступает предложение продать товар по определенной цене 2.товар выставляется на продажу 3.откликается заинтересованный брокер-покупатель 4.определяется цена на лот		УК-10
18	1324	Прочитайте текст и расположите в правильной последовательности жизненный цикл товара : 1. внедрение 2. зрелость 3. рост 4. спад		УК-10
19	1234	Прочитайте текст и расположите в правильной последовательности этапы процесса планирования маркетинга 1) постановка целей 2) обзор ситуации 3) формулирование стратегии 4) распределение ресурсов и контроль		УК-10
20	3421	Определите последовательность расположения потребностей в пирамиде Маслоу, начиная с низших: 1.)потребность в самовыражении; 2.)социальные потребности; 3.)физиологические; 4.)потребность в безопасности и стабильности.		УК-10
21	1234	Установите последовательность этапов процесса проведения САР-анализа (анализа разрывов): 1) определение текущих показателей 2) установление желаемых показателей 3) прогнозирование развития компании ,определение возможных путей для сокращения выявленного разрыва 4) разработка подробного плана мероприятий		УК-10

		по достижению желаемого результата	
22	Ассортимент	Запишите термин, о котором идёт речь. _____набор товаров, предлагаемых предприятием-изготовителем на рынке	УК-10
23	Жизненный цикл	Запишите термин, о котором идёт речь. -----это время существования товара на рынке	УК-10
24	Канал товародвижения	Запишите термин, о котором идёт речь. -----это путь, по которому товары движутся от производителей к потребителям	УК-10
25	Контракт	Запишите термин, о котором идёт речь. -----соглашение обязательно характера, по которому одна сторона берет обязательства купить у другой стороны или продать ей обусловленное количество товара	УК-10
26	Маркетинг	Запишите термин, о котором идёт речь, и обоснуйте ответ -----комплексная система мер по организации управления производственно-торговой деятельностью, основанная на изучении и прогнозировании рынка с целью максимизации возможностей удовлетворения потребностей покупателей и получения прибылей.	УК-10
27	Ориентация на потребителя	Прочитайте текст и запишите развернутый ответ Какой из важнейших принципов маркетинга нарушает компания, продающая товары низкого качества по высокой цене?	УК-10
28	Демографический, так как идет сегментация по полу и возрасту	Прочитайте текст и запишите развернутый ответ Компания разработала фирменный стиль домашней одежды для пенсионеров – домохозяек. Какой принцип сегментирования рынка она использовала?	УК-10
29	Участие в различных агитационных мероприятиях плюс расходы на компанию	Прочитайте текст и запишите развернутый ответ Кандидат в депутаты Иванов обратился к политтехнологам с поручением организовать политическую компанию для победы на выборах. Что будет являться ценой его политической компании согласно концепции 4Р политического маркетинга?	УК-10
30	$S=100 \cdot (1+3 \cdot 0,08) = 124$ (тыс. руб.) Ответ: $S=124$ (тыс. руб.)	Прочитайте текст и запишите развернутый ответ Клиент поместил в банк вклад 100 тыс. руб. под простую процентную. Определить величину вклада через три года?	УК-10
31	$S=100 \cdot (1+3 \cdot 0,08) = 124$ (тыс.	Прочитайте текст и запишите развернутый	УК-10

	руб.) Ответ: $S=124$ (тыс. руб.).	ответ Клиент поместил в банк вклад 100 тыс. руб. под простую процентную ставку 8% годовых. Определить величину вклада через три года.	
--	---	---	--