

Вопрос **Инфо**

**Осознанно подходите к выбору нескольких правильных ответов.  
За выбор неправильных вариантов предусмотрено получение  
штрафных (отрицательных) баллов**

Вопрос 1

Балл: 4

Ограничения в торговле также включают нетарифные барьеры, такие как \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_.

- а. Налоги, тарифы
- б. Законодательство, квоты
- в. Субсидии, налоги
- г. Пошлина, сборы
- д. Санкции, эмбарго

Правильные ответы: Законодательство, квоты, Санкции, эмбарго

Вопрос 2

Балл: 4

К какому из трех уровней стратегий принадлежит маркетинговая стратегия?

- а. Уровень бизнес-стратегии
- б. Ко всем трем уровням
- в.

- c.  
Уровень корпоративной стратегии
- 
- d.  
Уровень функциональной стратегии

Правильный ответ: Уровень функциональной стратегии

Вопрос 3

Балл: 4

\_\_\_, скорее всего, будут работать на одну компанию всю жизнь, более того, работать сверхурочно и с большим уважением относиться к своему начальнику, но \_\_\_ работники меняют работу гораздо чаще.

- 
- a.  
Японцы, американские
- 
- b.  
Французы, итальянские
- 
- c.  
Французы, немецкие
- 
- d.  
Японцы, британские

Правильные ответы: Японцы, американские, Японцы, британские

Вопрос 4

Балл: 4

Какими из перечисленных достоинств обладает одна из наиболее популярных сегодня метрик измерения лояльности клиентов – NPS (Net Promoter Score)?

- 
- a.  
Позволяет оценить поведенческую составляющую лояльности
- 
- b.  
Позволяет сравнивать уровень средний уровень лояльности клиентов компаний, работающих в одной индустрии
- 
- c.  
Проста использования
- 
- d.  
Позволяет оценить лояльность клиентов на индивидуальном уровне
- 
- e.

Позволяет надежно предсказать уровень возможного оттока клиентов из компании

Правильные ответы: Проста использования, Позволяет сравнивать уровень средний уровень лояльности клиентов компаний, работающих в одной индустрии

Вопрос 5

Балл: 4

Использование концепции Just in time позволяет уровень запасов на производственном участке довести до:

- а. нуля
- б. максимального уровня
- в. среднего уровня предыдущего периода
- д. минимального уровня

Правильный ответ: минимального уровня

Вопрос 6

Балл: 4

Продукты, адаптированные к потребностям и уникальным характеристикам национального рынка, - это:

- а. Международные продукты
- б. Местные продукты
- в. Многонациональные продукты
- д. Глобальные продукты

Правильный ответ: Местные продукты

Вопрос 7

Балл: 4

Оцените корректность утверждения: «Рост активов компании позволяет повысить ее ликвидность».

- a. Утверждение неверное, так как рост активов может как позволить компании быстро получить деньги, так и затормозить данный процесс.
- b. Утверждение верное, так как дополнительные активы дают компании возможность их реализовать на рынке, а значит, получить дополнительный доход.
- c. Утверждение неверное, так как увеличение материальной базы компании тормозит скорость ее операционной деятельности.
- d. Утверждение верное, так как большая доля активов говорит о более высокой конкурентоспособности компании.

Правильный ответ: Утверждение неверное, так как рост активов может как позволить компании быстро получить деньги, так и затормозить данный процесс.

Вопрос 8

Балл: 4

Оцените количество уровней управления в организации. Обозначьте ответ целым числом без единиц измерения.

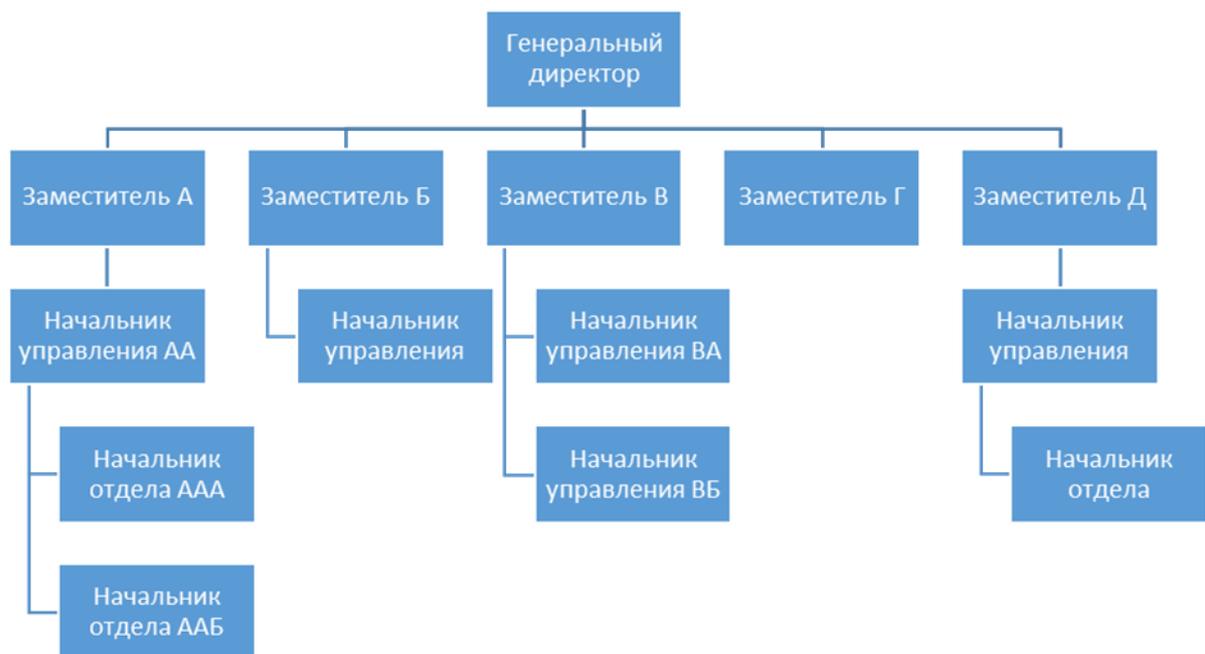


Рис.1. Структура управления компанией

Ответ:

Правильный ответ: 4

Вопрос 9

Балл: 4

Снижение тарифов на импортную сталь, скорее всего, принесет выгоду:

- а. Отечественным производителям стали
- б. Иностранным производителям за счет отечественных потребителей
- в. Рабочим отечественной сталелитейной промышленности
- г. Отечественным потребителям стали
- д. Импортерам стали

Правильные ответы: Отечественным потребителям стали, Импортерам стали

Вопрос 10

Балл: 4

В термине MRP II буква «R» расшифровывается как:

- а. Потребности (requirements)
- б. Устойчивость (resistance)
- в. Ресурсы (resources)
- г. Взаимоотношения (relationships)

Правильный ответ: Ресурсы (resources)

Вопрос 11

Балл: 4

Назовите основной признак успешной реализации стратегии голубого океана:

- a. Победа над всеми основными конкурентами
- b. Построение системы деятельности компании в зависимости от стратегического выбора, ориентированного на дифференциацию, либо на низкие издержки
- c. Создание совершенно нового продукта, не имеющегося у конкурентов
- d. Выделение нового целевого сегмента потребителей
- e. Создание нового спроса и овладение им

Правильный ответ: Создание нового спроса и овладение им

Вопрос 12

Балл: 4

Возможны следующие типы расширения бренда:

- a. Новая линия
- b. Всё перечисленное выше
- c. Новая категория
- d. Новый суб-бренд
- e. Новая география

Правильные ответы: Новая линия, Новая категория

Вопрос 13

Балл: 4

Что является «выходом» операционной системы такой организации, как столовая в кампусе?

-

- a.  
Нет правильного ответа
- b.  
Все ответы верны
- c.  
Сервированный бизнес-ланч
- d.  
Сытые и довольные студенты и преподаватели
- e.  
Довольные повара и кассир

Правильный ответ: Сытые и довольные студенты и преподаватели

Вопрос 14

Балл: 4

Что из нижеперечисленного лучше всего объясняет успех Китая в экспортной деятельности?

- 
- a.  
Постоянный поток прямых иностранных инвестиций в страну
- b.  
Географическое положение в мире
- c.  
Тесные связи с Японией
- d.  
Низкие затраты

Правильные ответы: Низкие затраты, Постоянный поток прямых иностранных инвестиций в страну

Вопрос 15

Балл: 4

Неэффективное обслуживание клиентов характерно для ситуации:

- 
- a.  
Наличия ограничения в мощностях и очереди из клиентов
- b.  
Наличия избыточных мощностей и очереди из клиентов
- c.

- c.  
Наличия очереди из клиентов
- 
- d.  
Наличия избыточных мощностей

Правильный ответ: Наличие избыточных мощностей и очереди из клиентов

Вопрос 16

Балл: 4

Каковы наиболее подходящие маркетинговые инструменты ведения конкуренции с жесткими дискаунтерами?

- 
- a.  
Информирование клиентов о том, что именно входит в повышенную стоимость их товаров и услуг
- 
- b.  
Долгосрочный ценовой демпинг по всем пересекающимся позициям для вытеснения с рынка
- 
- c.  
Прекращение работы с рядом сегментов, которые конкурент умеет обслуживать лучше и дешевле
- 
- d.  
Радикальное (ниже конкурента) снижение цен на отдельные категории для создания аналогичного дискаунтеру позиционирования для всех целевых сегментов
- 
- e.  
Активное продвижение предоставляемой дополнительной ценности

Правильные ответы: Информирование клиентов о том, что именно входит в повышенную стоимость их товаров и услуг, Активное продвижение предоставляемой дополнительной ценности, Прекращение работы с рядом сегментов, которые конкурент умеет обслуживать лучше и дешевле

Вопрос 17

Балл: 4

Какой термин используется, когда компания экспортирует услуги или товары в другие страны?

- 
- a.  
Правовая база
- 
- b.  
Глобализация
-

- c.  
Международный бизнес
- 
- d.  
Национальный бизнес

Правильный ответ: Международный бизнес

Вопрос 18

Балл: 4

Какой подход к управлению компании наиболее вероятен, когда подходы принятые в работе на отечественном рынке доминируют в процедурах и практике ведения деловой активности за рубежом?

- 
- a.  
Полицентрический
- 
- b.  
Этноцентрический
- 
- c.  
Геоцентрический
- 
- d.  
Многонациональный

Правильный ответ: Этноцентрический

Вопрос 19

Балл: 4

При каком из следующих способов входа на зарубежные рынки отечественный производитель предоставляет право на использование интеллектуальной собственности, такой как патент и торговая марка, производителю в другой стране за плату:

- 
- a.  
Совместное предприятие
- 
- b.  
Контрактное производство
- 
- c.  
Лицензирование
- 
- d.  
Альянс

Правильный ответ: Лицензирование

Вопрос 20

Балл: 4

Внутренним клиентом производственной компании является

- а. Продажи
- б. Оптовая компания
- в. Поставщик сырья и материалов
- д. Логистика

Правильные ответы: Логистика, Продажи

Вопрос 21

Балл: 4

Если условно разделить цифровые технологии/системы, активно используемые сегодня в маркетинге, на две группы – «информационные» (для исследований, аналитики и планирования) и «интерактивные» (для коммуникаций, контактов и коллаборации), какие из перечисленных ниже относятся к последней?

- а. Системы предсказания поведения клиентов
- б. Интернет вещей (IoT)
- в. Социальные сети
- д. RFID
- е. Системы web-аналитики
- ф. Системы управления знаниями

Правильные ответы: Социальные сети, Системы управления знаниями, Интернет вещей (IoT),

Вопрос 22

Балл: 4

Какие из перечисленных особенностей использования маркетинговых инструментов не характерны для индустрии люксовых товаров?

- a. Максимально активное продвижение в социальных сетях
- b. Важность магазина как элемента бренда
- c. Использование максимально возможного числа каналов сбыта
- d. Создание продуктов с длительным сроком службы
- e. Ценовая политика на основе нематериальных ценностей товара

Правильные ответы: Использование максимально возможного числа каналов сбыта, Максимально активное продвижение в социальных сетях

Вопрос 23

Балл: 4

Клиентоориентированная операционная система с устойчивым потреблением реализуемого компанией ассортимента продукции строится на:

- a. Модели организации операционной системы без запасов
- b. Модели организации операционной системы с запасом на входе и выходе
- c. Модели организации операционной системы с запасом на выходе
- d. Модели организации операционной системы с запасом на входе

Правильный ответ: Модели организации операционной системы с запасом на входе и выходе

Вопрос 24

Балл: 4

Какие из перечисленных ограничений характерны для PEST-анализа?

a.

Невозможность использования для диверсифицированных организаций

b.

Долгосрочный горизонт планирования (применим только для крупных стратегических решений)

c.

Краткосрочный горизонт планирования (применим только для краткосрочных тактических решений)

d.

Сложно интерпретировать в финансовую модель

Правильные ответы: Долгосрочный горизонт планирования (применим только для крупных стратегических решений), Сложно интерпретировать в финансовую модель

Вопрос **25**

Балл: 4

Посчитайте рентабельность продаж, если годовой оборот компании составил 1,2 млн руб., себестоимость продаж составила 750 тыс. руб., коммерческие и административные расходы 150 тыс. руб. Ответ обозначьте целым числом, без единиц измерения.

Ответ:

Правильный ответ: 25