

Факультет економічний

Спеціальність 075 – Маркетинг

Спеціалізація Маркетинг

Семестр 8

Форма навчання денна

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень): перший (бакалаврський)

Навчальна дисципліна: Маркетинг виробничого підприємства

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ (ЗАВДАННЯ) № __

1. Тестове завдання (8 балів)

1. Нестача, що відчувається людиною, в чомусь необхідному, в маркетингу розуміється як:
 - A. Запит
 - B. Цінність
 - C. Потреба
 - D. Корисність
2. Ринком у маркетингу називається:
 - A. Сукупність наявних і потенційних покупців товару
 - B. Відносини з приводу обміну товару
 - C. Обмін цінностями між двома сторонами
 - D. Відносини з приводу виробництва
3. Три ідеї, що є в основі концепції соціально-етичного маркетингу:
 - A. Добробут людства
 - B. Розширення ринку
 - C. Задоволення потреб
 - D. Прибуток компанії
 - E. Стимулювання збуту
4. Назвіть основні критерії товарної номенклатури компанії:
 - A. Широта
 - B. Насиченість
 - C. Глибина
 - D. Гармонійність
5. Процес розробки та виробництва жорсткої або м'якої оболонки для товару називається:
 - A. Конструюванням товару

- B. Упаковкою товару
 - C. Позиціонуванням товару
 - D. Маркіровкою товару
6. Витрати на просування складають:
- A. 20-30 % від обсягу продажів у виробництві косметики
 - B. 2-3 % від обсягу продажів у виробництві косметики
 - C. 20-30 % у важкому машинобудуванні
 - D. 2-3 % у важкому машинобудуванні
7. Розповсюдження інформації про послуги і товари фірми – це функція торгового персоналу:
- A. Продаж
 - B. Обслуговування
 - C. Комунікації
 - D. Збору інформації
8. Організація служби збуту, при якій кожен торговий агент спеціалізується на продажі тільки деяких з вироблених видів продукції або продуктивних ліній, – це структура служби збуту:
- A. Територіальна
 - B. Товарно-орієнтована
 - C. Орієнтована на споживача
 - D. Штабна

2. Теоретичні запитання (3*8 балів)

2.1. Особливості дослідження ринку промислової продукції

2.2. Управління інноваціями у маркетинговій товарній політиці промислового підприємства

2.3. Виробничі запаси та запаси незавершеного виробництва

3. Розрахунково-аналітичне завдання (8 балів)

ПАТ «Енергія» виробляє нафтопереробне обладнання НЕП-21. Визначить місткість ринку цього виробу за допомогою методу ланцюгових підстановок, якщо задані такі дані по галузі:

- кількість підприємств-споживачів НЕП-21, $D = 28$;
- середній розмір річного прибутку одного підприємства $Pr = 34,8$ млн. грн.;
- частка прибутку, яка в середньому витрачається підприємством галузі на технічне переоснащення і реконструкцію свого виробництва, $k_1 = 10\%$;
- питома вага витрат на машини й обладнання в частці прибутку, що визначається коефіцієнтом k_1 , $k_2 = 9\%$;
- питома вага витрат на нафтопереробне обладнання в сумі витрат, які визначаються коефіцієнтом k_2 , $k_3 = 75\%$;
- питома вага витрат на НЕП-21 в сумі витрат, які визначаються коефіцієнтом k_3 , $k_4 = 15\%$.

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, протокол № 1 від «27» серпня 2018 р.