

Министерство спорта, туризма и молодежной политики  
Российской Федерации

Федеральное государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
“Волгоградская государственная академия физической культуры”

Кафедра спортивного менеджмента и экономики

Любенко Д. Л.

## **МАРКЕТИНГ**

### **СБОРНИК ТЕСТОВ**

Учебно-методическое пособие для проведения семинарских занятий  
и самостоятельной подготовки студентов к тестированию

Волгоград - 2010

УДК 339.1  
ББК 65.05  
Л 931

**Рецензенты:**

доктор педагогических наук, профессор Зубарев Ю.А.  
кандидат экономических наук, доцент Рудыкина В.П.

Допущено к изданию решением учёного совета ФГОУВПО «ВГАФК»  
в качестве учебно-методического пособия.

**Л 931 Любенко Д.Л.**  
**Маркетинг: сборник тестов:** Учебно-методическое пособие. –  
Волгоград: ФГОУВПО «ВГАФК», 2010. – 132 с.

Учебно-методическое пособие для проведения семинарских занятий и самостоятельной подготовки студентов очной и заочной формы обучения по учебной дисциплине «Маркетинг».

Сборник состоит из семи глав, соответствующих дидактическим единицам курса. В каждой главе излагаются её основные теоретические положения, приводится перечень основных терминов и понятий для запоминания и содержатся сгруппированные по темам главы тесты.

Настоящее пособие призвано активизировать процесс изучения предмета, помочь студентам достичь более высокого качества знаний по курсу, способствует более прочному усвоению основных научных понятий и положений, позволяет развить логическое и творческое мышление, умение подходить к маркетингу как к философии бизнеса, а также подготовить студентов к Интернет-экзамену по курсу в целом.

Учебно-методическое пособие соответствует требованиям Государственного образовательного стандарта и предназначено для студентов и преподавателей экономических специальностей вузов всех форм обучения.

**ББК 65.05**

© Любенко Д.Л., 2010  
© ФГОУВПО «ВГАФК», 2010

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ПРЕДИСЛОВИЕ.....</b>	<b>4</b>
<b>ГЛАВА 1. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА.....</b>	<b>7</b>
<i>Тесты</i> 1.1. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства.....	18
1.2. Эволюция концепций маркетинга.....	21
1.3. Функции маркетинга.....	23
1.4. Виды маркетинга.....	24
1.5. Маркетинговая среда.....	26
<b>ГЛАВА 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....</b>	<b>29</b>
<i>Тесты</i> 2.1. Система маркетинговой информации о рынке и методы её сбора.....	34
2.2. Поведение потребителя.....	40
2.3. Сегментирование рынка.....	44
2.4. Комплексное исследование рынка.....	47
<b>ГЛАВА 3. ТОВАР В МАРКЕТИНГЕ.....</b>	<b>52</b>
<i>Тесты</i> 3.1. Товар в рыночной среде.....	59
3.2. Жизненный цикл товара.....	65
3.3. Конкурентоспособность товара.....	67
3.4. Номенклатура и ассортимент товара.....	68
<b>ГЛАВА 4. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ.....</b>	<b>72</b>
<i>Тесты</i> 4.1. Основные маркетинговые подходы к формированию цены товара.....	79
4.2. Виды цен.....	83
4.3. Методы расчёта цены товара.....	84
4.4. Ценовые стратегии организации.....	86
<b>ГЛАВА 5. СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА.....</b>	<b>89</b>
<i>Тесты</i> 5.1. Структура и типы каналов распределения.....	94
5.2. Процесс товародвижения.....	95
5.3. Оптовая и розничная торговля.....	95
<b>ГЛАВА 6. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ.....</b>	<b>98</b>
<i>Тесты</i> 6.1. Теория коммуникаций.....	103
6.2. Формирование спроса и стимулирование сбыта.....	105
6.3. Реклама.....	106
6.4. Личные продажи и прямой маркетинг.....	110
6.5. Связи с общественностью.....	111
<b>ГЛАВА 7. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ.....</b>	<b>113</b>
<i>Тесты</i> 7.1. Комплекс маркетинга.....	118
7.2. Организация службы маркетинга.....	119
7.3. Бюджет маркетинга.....	121
7.4. Планирование и контроль в маркетинге.....	122
7.5. Маркетинговые стратегии.....	126
<b>ЛИТЕРАТУРА.....</b>	<b>130</b>