

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ В АПК»

1. Приведение возможностей предприятия в соответствие с требованиями рынка составляет основу:

- а) всего маркетинга; б) стратегии маркетинга; в) тактики маркетинга;
- г) комплекса маркетинга; д) оперативного маркетинга.

2. Поиск конкретных путей достижения поставленных целей составляет основу:

- а) всего маркетинга; б) стратегии маркетинга; в) тактики маркетинга;
- г) комплекса маркетинга; д) оперативного маркетинга.

3. Для аграрного маркетинга характерен следующий вид интеграции:

- а) прямая; б) обратная; в) горизонтальная; г) вертикальная; д) комплексная;
- е) диверсифицированная; ж) концентрированная.

4. Применение аграрного маркетинга начинается на стадии:

- а) производства сельскохозяйственной продукции;
- б) заготовки сельскохозяйственной продукции;
- в) хранения сельскохозяйственной продукции;
- г) реализации сельскохозяйственной продукции;
- д) переработки сельскохозяйственной продукции;
- е) производства продуктов питания;
- ж) хранения продуктов питания;
- з) реализации продуктов питания.

5. Какая из сфер не входит в систему аграрного маркетинга?

- а) производства сельскохозяйственной продукции;
- б) переработки сельскохозяйственной продукции;
- в) заготовок сельскохозяйственной продукции;
- г) материально-технического снабжения;
- д) хранения сельскохозяйственной продукции;
- е) оптовая торговля продуктами питания;
- ж) розничная торговля продуктами питания;
- з) потребления;
- и) все сферы входят.

6. Укажите особенности товара как элемента комплекса агромаркетинга:

- а) удовлетворяет базовые потребности;
- б) имеет неограниченные объёмы потребления;
- в) имеет ограниченный срок годности;
- г) характеризуется большой глубиной ассортимента;
- д) характеризуется небольшой широтой ассортимента;
- е) спрос на продукты питания в основном высокоэластичен;
- ж) требует полного цикла принятия решения о покупке.

7. Укажите особенности цены как элемента комплекса агромаркетинга:

- а) редко требует полного цикла процесса принятия решения о покупке;
- б) для большинства товаров имеет слабую корреляцию с потребительским спросом;
- в) не зависит от срока годности товара;
- г) характерно государственное регулирование цен.

8. Укажите особенности продвижения как элемента комплекса агромаркетинга:

- а) реклама на всех 4-х типах агрорынков; б)) реклама на 3-х типах агрорынков;
- в)) реклама на 2-х типах агрорынков; г) реклама на одном типе агрорынка;
- д) стимулирование сбыта осуществляется в основном в системе оптовой торговли;
- е) стимулирование сбыта осуществляется в основном в системе розничной торговли.

9. Для рынка сельскохозяйственной продукции характерны каналы распределения:

- а) нулевого уровня; б) одноуровневые; в) двухуровневые; г) трехуровневые.

10. Укажите материальные функции агромаркетинга:

- а) хранение; б) покупка; в) стандартизация; г) транспортировка; д) переработка; е) продажа;
- ж) финансирование.

11. Укажите три вида продукции, приносящие наибольшую экспортную выручку АПК Республики Беларусь:

- а) свинина; б) говядина; в) масло животное; г) сыры; д) яйцо; е) картофель; ж) льноволокно.

12. В структуре экспортной выручки АПК РБ продукция животноводства занимает около:

- а) 55%; б) 65%; в) 75%; г) 85%; д) 95%.

13. Экспорт продукции АПК Республики Беларусь в 2011г. должен составить около (млрд. долларов США):

- а) 2,0; б) 2,5; в) 3,0; г) 3,5; д) 4,0; е) 4,5.

14. Экспорт продукции АПК РБ в 2015г. должен составить около (млрд. долларов США):

- а) 7,0; б) 7,5; в) 8,0; г) 8,5; д) 9,0.

15. Укажите вид продукции по экспорту которого РБ занимает 4 место в мире:

- а) сыр; б) масло сливочное; в) мясо КРС ; г) молоко цельное; д) молоко сгущенное; е) сахар.

16. Наиболее рентабельной продукцией, поставляемой АПК Республики Беларусь на экспорт является:

- а) казеин; б) молочные консервы; в) масло животное; г) сыры; д) колбасы копчёные;
- е) сухое обезжиренное молоко.

17. Укажите порог продовольственной безопасности страны (удельный вес импортных продуктов питания):

- а) 15%; б) 17%; в) 19%; г) 21%; д) 25%; е) 30%.

18. В каком году в БГСХА состоялся первый выпуск специалистов по аграрному маркетингу?

- а) 1999г.; б) 2001г.; в) 2003г.; г) 2005г.; д) 2007г.

19. Сколько различных типов рынка включает в себе аграрный рынок?

- а) 4; б) 5; в) 6.; г) 7; д) 8.

20. На какой стадии общественного воспроизводства осуществляется управление товарным ассортиментом?

- а) производства; б) распределения; в) обмена; г) реализации; д) потребления;
- е) всех стадиях.

21. Укажите правильные особенности маркетинговой деятельности в Республике Беларусь:

- а) приоритетное развитие стратегического маркетинга;
- б) использование на практике отдельных функций маркетинга;
- в) основное внимание уделяется маркетингу в сфере ВЭД;
- г) наличие достоверной информации;
- д) наличие достаточно развитой инфраструктуры маркетинга;
- е) основное внимание уделяется практике маркетинга в ущерб развитию теории;
- ж) недостаток квалифицированных кадров маркетологов.

22. Укажите правильные специфические особенности осуществления маркетинговой деятельности в АПК.

- а) необходимость создания страховых запасов сельскохозяйственной продукции и продовольствия;
- б) наличие гарантированного спроса на сельскохозяйственную продукцию;
- в) относительно небольшие затраты на доведение продукции до потребителей;
- г) отсутствие посредников;
- д) особая роль оптовой торговли продуктами питания;
- е) относительная простота самостоятельного выхода сельскохозяйственного предприятия на конечных потребителей;
- ж) в целом для рынка продовольствия характерна монополистическая конкуренция.

23. Укажите функции агроаркетинга в соответствии с классификацией Р.Колса и Д.Юла:

- а) сбытовые; б) обменные; в) коммуникационные; г) экономические; д) материальные;
- е) обеспечивающие; д) информационные; е) поддерживающие.

24. На какой стадии общественного воспроизводства осуществляется послепродажный сервис:

- а) производства; б) распределения; в) обмена; г) реализации; д) потребления.

25. Для аграрного маркетинга характерны:

- а) низкая доля трудозатрат в структуре цены;
- б) наличие большого числа посредников;
- в) высокая эластичность спроса;
- г) большое разнообразие продуктов питания по цене и качеству;
- д) устойчивый спрос на продукты питания;
- е) большая глубина и малая широта товарного ассортимента.

26. Укажите минимально допустимое значение коэффициента конкордации (согласованности мнений экспертов):

- а) 0,3; б) 0,4; в) 0,5; г) 0,6; д) 0,7.

27. Укажите признаки сегментации рынка продуктов питания:

- а) демографический; б) географический; в) психографический; г) сезонный;
- д) поведенческий; е) социально-экономический; ж) расовый; з) семейный.

28. Какой из вариантов организационного построения отдела маркетинга наиболее приемлем для предприятий АПК.

- а) функциональный; б) товарный; в) рыночный; г) региональный; д) комбинированный.

29. Сколько сахарных заводов функционирует в Республике Беларусь?

а) 3; б) 4; в) 5; г) 6; д) 7.

30. Лидером на рынке пива в Республике Беларусь является:

а) ОАО «Крыница» (г. Минск); б) ОАО «Оливария» (г. Минск); в) Лидский пивзавод;
г) Речицкий пивзавод; д) Бобруйский пивзавод.

31. Сколько разделов содержит типовое положение о службе маркетинга.

а) 4; б) 5; в) 6; г) 7; д) 8.

32. Начальник отдела маркетинга должен иметь стаж работы по специальности в области маркетинга не менее:

а) 3-х лет; б) 4-х лет; в) 5-ти лет; г) 6-ти лет; д) 7-ми лет; е) 10-ти лет.

33. Начальник отдела маркетинга должен знать (выберите правильные варианты):

а) экономику производства; б) основы организации производства, труда и управления;
в) методы оптимизации товарного ассортимента; г) правила и нормы противопожарной защиты; д) основы стратегического менеджмента; е) условия хранения продукции; ж) характеристики потребителей продукции.

34. Какой из видов сельскохозяйственной продукции, производимой в ЛПХ, занимает наибольший удельный вес в общем объёме продукции, производимой в Республике Беларусь:

а) молоко; б) яйцо; в) мясо; г) овощи; д) картофель; е) плоды и ягоды.

35. Сколько мясокомбинатов функционирует в Республике Беларусь:

а) 16; б) 21; в) 26; г) 31; д) 36; е) 41.

36. Укажите перспективные объёмы производства молока в Республике Беларусь к 2015г. (млн.т):

а) 10,0; б) 11,0; в) 12,0; г) 13,0; д) 14,0; е) 15,0.

37. Укажите перспективные объёмы производства мяса в Республике Беларусь (в живом весе) в 2015 г. (млн.т):

а) 1,5; б) 2,0; в) 2,5; г) 3,0; д) 3,5.

38. Укажите перспективные объёмы производства зерна в Республике Беларусь к 2015 г. (млн.т):

а) 10,0; б) 11,0; в) 12,0; г) 13,0; д) 14,0; е) 15,0.

39. Укажите перспективные объёмы производства картофеля в Республике Беларусь к 2015 г. (млн.т):

а) 8,0; б) 9,0; в) 10,0; г) 11,0; д) 12,0.

40. Общее количество ассортиментных групп товаров предприятия называется:

а) широта ассортимента; б) глубина ассортимента; в) длина ассортимента;
г) ассортиментная линейка; д) диверсификация ассортимента;
е) ассортиментное предложение; ж) товарная номенклатура.

41. Число вариантов предложения каждого отдельного товара называется:

а) широта ассортимента; б) глубина ассортимента; в) товарное предложение;
г) товарная линейка; д) диверсификация ассортимента;
е) товарная номенклатура; ж) ассортиментное предложение.

42. Осуществление маркетинга сельскохозяйственной продукции предполагает следующие виды рисков:

- а) технологический; б) физический; в) финансовый; г) коммерческий; д) рыночный; е) природно-климатический.

43. Какое место по денежной выручке занимает экспорт продукции АПК в Республике Беларусь (без учёта сельскохозяйственной техники и минеральных удобрений):?

- а) 1; б) 2; в) 3; г) 4; д) 5; е) 6.

44. Укажите удельный вес молока и молокопродукции поставляемой на экспорт Республикой Беларусь:

- а) 30%; б) 40%; в) 50%; г) 60%; д) 70%.

45. Укажите удельный вес мяса и мясопродукции поставляемой на экспорт Республикой Беларусь:

- а) 30%; б) 40%; в) 50%; г) 60%; д) 70%.

46. Относительно невысокие входные барьеры для входа на рынок характерны для следующего типа аграрного рынка:

- а) сельскохозяйственного сырья;
- б) сырьевых продовольственных товаров;
- в) продовольственных товаров высокой степени переработки;
- г) продовольственных товаров с низкой степенью переработки;
- д) продовольственного сервиса.

47. Укажите специфические особенности маркетинга продуктов питания:

- а) своеобразие продуктов питания;
- б) государственное регулирование рынка продукта питания;
- в) установление цены на основе опроса и предложения;
- г) высокая эластичность спроса по цене;
- д) наличие большого числа посредников;
- е) особая роль розничной торговли;
- ж) большая глубина и небольшая широта товарного ассортимента.

48. Наиболее значимыми двумя факторами, определяющими спрос на продукты питания являются:

- а) состав семьи; б) качество товара; в) доступность товара в торговой сети;
- г) цена товара; д) потребительские вкусы и предпочтения; е) обычаи, привычки, традиции;
- ж) денежный доход покупателя.

49. Укажите каналы распределение, которые характерны для маркетинга продовольственных товаров:

- а) нулевого уровня; б) одноуровневый; в) двухуровневый; г) трёхуровневый; д) четырёхуровневый; е) пятиуровневый.

50. В структуре мирового экспорта доля сельскохозяйственной продукции и продовольствия составляет около:

- а) 5%; б) 10%; в) 15 %; г) 20%; д) 25%.

ВАРИАНТ 1.

1. Приведение возможностей предприятия в соответствие с требованиями рынка составляет основу:

- а) всего маркетинга; б) стратегии маркетинга; в) тактики маркетинга;
- г) комплекса маркетинга; д) оперативного маркетинга.

2. Укажите особенности товара как элемента комплекса агромаркетинга:

- а) удовлетворяет базовые потребности; б) имеет неограниченные объёмы потребления;
- в) имеет ограниченный срок годности; г) характеризуется большой глубиной ассортимента;
- д) характеризуется небольшой широтой ассортимента;
- е) спрос на продукты питания в основном высокоэластичен;
- ж) требует полного цикла принятия решения о покупке.

3. Укажите три вида продукции, приносящие наибольшую экспортную выручку АПК Республики Беларусь:

- а) свинина; б) говядина; в) масло животное; г) сыры; д) яйцо; е) картофель; ж) льноволокно.

4. Наиболее рентабельной продукцией, поставляемой АПК Республики Беларусь на экспорт является:

- а) казеин; б) молочные консервы; в) масло животное; г) сыры; д) колбасы копчёные;
- е) сухое обезжиренное молоко.

5. Укажите правильные особенности маркетинговой деятельности в Республике Беларусь:

- а) приоритетное развитие стратегического маркетинга;
- б) использование на практике отдельных функций маркетинга;
- в) основное внимание уделяется маркетингу в сфере ВЭД;
- г) наличие достоверной информации;
- д) наличие достаточно развитой инфраструктуры маркетинга;
- е) основное внимание уделяется практике маркетинга в ущерб развитию теории;
- ж) недостаток квалифицированных кадров маркетингов.

6. Укажите минимально допустимое значение коэффициента конкордации (согласованности мнений экспертов):

- а) 0,3; б) 0,4; в) 0,5; г) 0,6; д) 0,7.

7. Сколько разделов содержит типовое положение о службе маркетинга.

- а) 4; б) 5; в) 6; г) 7; д) 8.

8. Укажите перспективные объёмы производства молока в Республике Беларусь к 2015г. (млн.т):

- а) 10,0; б) 11,0; в) 12,0; г) 13,0; д) 14,0; е) 15,0.

9. Число вариантов предложения каждого отдельного товара называется:

- а) широта ассортимента; б) глубина ассортимента; в) товарное предложение;
- г) товарная линейка; д) насыщенность ассортимента;
- е) товарная номенклатура; ж) ассортиментное предложение.

10. Относительно невысокие входные барьеры для входа на рынок характерны для следующего типа аграрного рынка:

- а) сельскохозяйственного сырья; б) сырьевых продовольственных товаров;
- в) продовольственных товаров высокой степени переработки;
- г) продовольственных товаров с низкой степенью переработки;
- д) продовольственного сервиса.

ВАРИАНТ 2.

1. Поиск конкретных путей достижения поставленных целей составляет основу:

- а) всего маркетинга; б) стратегии маркетинга; в) тактики маркетинга;
- г) комплекса маркетинга; д) оперативного маркетинга.

2. Укажите особенности цены как элемента комплекса агромаркетинга:

- а) редко требует полного цикла процесса принятия решения о покупке;
- б) для большинства товаров имеет слабую корреляцию с потребительским спросом;
- в) не зависит от срока годности товара;
- г) характерно государственное регулирование цен.

3. В структуре экспортной выручки АПК РБ продукция животноводства занимает около:

- а) 55%; б) 65%; в) 75%; г) 85%; д) 95%.

4. Укажите порог продовольственной безопасности страны (удельный вес импортных продуктов питания):

- а) 15%; б) 17%; в) 19%; г) 21%; д) 25%; е) 30%.

5. Укажите правильные специфические особенности осуществления маркетинговой деятельности в АПК.

- а) необходимость создания страховых запасов сельскохозяйственной продукции и продовольствия;
- б) наличие гарантированного спроса на сельскохозяйственную продукцию;
- в) относительно небольшие затраты на доведение продукции до потребителей;
- г) отсутствие посредников;
- д) особая роль оптовой торговли продуктами питания;
- е) относительная простота самостоятельного выхода сельскохозяйственного предприятия на конечных потребителей;
- ж) в целом для рынка продовольствия характерна монополистическая конкуренция.

6. Укажите признаки сегментации рынка продуктов питания:

- а) демографический; б) географический; в) психографический; г) сезонный;
- д) поведенческий; е) социально-экономический; ж) расовый; з) семейный.

7. Начальник отдела маркетинга должен иметь стаж работы по специальности в области маркетинга не менее:

- а) 3-х лет; б) 4-х лет; в) 5-ти лет; г) 6-ти лет; д) 7-ми лет; е) 10-ти лет.

8. Укажите перспективные объёмы производства мяса в Республике Беларусь (в живом весе) в 2015 г. (млн.т):

- а) 1,5; б) 2,0; в) 2,5; г) 3,0; д) 3,5.

9. Осуществление маркетинга сельскохозяйственной продукции предполагает следующие виды рисков:

- а) технологический; б) физический; в) финансовый; г) коммерческий; д) рыночный;
- е) природно-климатический.

10. Укажите специфические особенности маркетинга продуктов питания:

- а) своеобразие продуктов питания;
- б) государственное регулирование рынка продукта питания;
- в) установление цены на основе опроса и предложения;
- г) высокая эластичность спроса по цене;
- д) наличие большого числа посредников;
- е) особая роль розничной торговли;
- ж) большая глубина и небольшая широта товарного ассортимента.

ВАРИАНТ 3.

1. Для аграрного маркетинга характерен следующий вид интеграции:

- а) прямая; б) обратная; в) горизонтальная; г) вертикальная; д) комплексная;
- е) диверсифицированная; ж) концентрированная.

2 Укажите особенности продвижения как элемента комплекса агромаркетинга:

- а) реклама на всех 4-х типах агрорынков; б)) реклама на 3-х типах агрорынков;
- в)) реклама на 2-х типах агрорынков; г) реклама на одном типе агрорынка;
- д) стимулирование сбыта осуществляется в основном в системе оптовой торговли;
- е) стимулирование сбыта осуществляется в основном в системе розничной торговли.

3. Экспорт продукции АПК Республики Беларусь в 2011г. должен составить около (млрд. долларов США):

- а) 2,0; б) 2,5; в) 3,0; г) 3,5; д) 4,0; е) 4,5.

4. Для рынка сельскохозяйственной продукции характерны каналы распределения:

- а) нулевого уровня; б) одноуровневые; в) двухуровневые; г) трехуровневые.

5. Укажите функции агромаркетинга в соответствии с классификацией Р.Колса и Д.Юла:

- а) сбытовые; б) обменные; в) коммуникационные; г) экономические; д) материальные;
- е) обеспечивающие; д) информационные; е) поддерживающие.

6. Какой из вариантов организационного построения отдела маркетинга наиболее приемлем для предприятий АПК.

- а) функциональный; б) товарный; в) рыночный; г) региональный; д) комбинированный.

7. Начальник отдела маркетинга должен знать (выберите правильные варианты):

- а) экономику производства; б) основы организации производства, труда и управления;
- в) методы оптимизации товарного ассортимента; г) правила и нормы противопожарной защиты; д) основы стратегического менеджмента; г) условия хранения продукции; ж) характеристики потребителей продукции.

8. Укажите перспективные объёмы производства зерна в Республике Беларусь к 2015 г. (млн.т):

- а) 10,0; б) 11,0; в) 12,0; г) 13,0; д) 14,0; д) 15,0.

9. Какое место по денежной выручке занимает экспорт продукции АПК в Республике Беларусь (без учёта сельскохозяйственной техники и минеральных удобрений):?

- а) 1; б) 2; в) 3; г) 4; д) 5; е) 6.

10. Наиболее значимыми двумя факторами, определяющими спрос на продукты питания являются:

- а) состав семьи; б) качество товара; в) доступность товара в торговой сети;
- г) цена товара; д) потребительские вкусы и предпочтения; е) обычаи, привычки, традиции;
- ж) денежный доход покупателя.

ВАРИАНТ 4.

1. Применение аграрного маркетинга начинается на стадии:

- а) производства сельскохозяйственной продукции;
- б) заготовки сельскохозяйственной продукции;
- в) хранения сельскохозяйственной продукции;
- г) реализации сельскохозяйственной продукции;
- д) переработки сельскохозяйственной продукции;
- е) производства продуктов питания;
- ж) хранения продуктов питания;
- з) реализации продуктов питания.

2. В каком году в БГСХА состоялся первый выпуск специалистов по аграрному маркетингу?

- а) 1999г.; б) 2001г.; в) 2003г.; г) 2005г.; д) 2007г.

3. Экспорт продукции АПК РБ в 2015г. должен составить около (млрд. долларов США):

- а) 7,0; б) 7,5; в) 8,0; г) 8,5; д) 9,0.

4. Сколько различных типов рынка включает в себе аграрный рынок?

- а) 4; б) 5; в) 6.; г) 7; д) 8.

5. На какой стадии общественного воспроизводства осуществляется послепродажный сервис:

- а) производства; б) распределения; в) обмена; г) реализации; д) потребления.

6. Сколько сахарных заводов функционирует в Республике Беларусь?

- а) 3; б) 4; в) 5; г) 6; д) 7.

7. Какой из видов сельскохозяйственной продукции, производимой в ЛПХ, занимает наибольший удельный вес в общем объёме продукции, производимой в Республике Беларусь:

- а) молоко; б) яйцо; в) мясо; г) овощи; д) картофель; е) плоды и ягоды.

8. Укажите перспективные объёмы производства картофеля в Республике Беларусь к 2015 г. (млн.т):

- а) 8,0; б) 9,0; в) 10,0; г) 11,0; д) 12,0.

9. Укажите удельный вес молока и молокопродукции поставляемой на экспорт Республикой Беларусь:

- а) 30%; б) 40%; в) 50%; г) 60%; д) 70%.

10. Укажите каналы распределение, которые характерны для маркетинга продовольственных товаров:

- а) нулевого уровня; б) одноуровневый; в) двухуровневый; г) трёхуровневый; д) четырёхуровневый; е) пятиуровневый.

ВАРИАНТ 5.

1. Какая из сфер не входит в систему аграрного маркетинга?

- а) производства сельскохозяйственной продукции;
- б) переработки сельскохозяйственной продукции;
- в) заготовок сельскохозяйственной продукции;
- г) материально-технического снабжения;
- д) хранения сельскохозяйственной продукции;
- е) оптовая торговля продуктами питания; ж) розничная торговля продуктами питания;
- з) потребления; и) все сферы входят.

2. Укажите материальные функции агромаркетинга:

- а) хранение; б) покупка; в) стандартизация; г) транспортировка; д) переработка; е) продажа; ж) финансирование.

3. Укажите вид продукции по экспорту которого РБ занимает 4 место в мире:

- а) сыр; б) масло сливочное; в) мясо КРС ; г) молоко цельное; д) молоко сгущенное; е) сахар.

4. На какой стадии общественного воспроизводства осуществляется управление товарным ассортиментом?

- а) производства; б) распределения; в) обмена; г) реализации; д) потребления;
- е) всех стадиях.

5. Для аграрного маркетинга характерны:

- а) низкая доля трудозатрат в структуре цены;
- б) наличие большого числа посредников;
- в) высокая эластичность спроса;
- г) большое разнообразие продуктов питания по цене и качеству;
- д) устойчивый спрос на продукты питания;
- е) большая глубина и малая широта товарного ассортимента.

6. Лидером на рынке пива в Республике Беларусь является:

- а) ОАО «Крыница» (г. Минск); б) ОАО «Оливария» (г. Минск); в) Лидский пивзавод;
- г) Речицкий пивзавод; д) Бобруйский пивзавод.

7. Сколько мясокомбинатов функционирует в Республике Беларусь:

- а) 16; б) 21; в) 26; г) 31; д) 36; е) 41.

8. Общее количество ассортиментных групп товаров предприятия называется:

- а) широта ассортимента; б) глубина ассортимента; в) длина ассортимента;
- г) ассортиментная линейка; д) диверсификация ассортимента;
- е) ассортиментное предложение; ж) товарная номенклатура.

9. Укажите удельный вес мяса и мясопродукции поставляемой на экспорт Республикой Беларусь:

- а) 30%; б) 40%; в) 50%; г) 60%; д) 70%.

10. В структуре мирового экспорта доля сельскохозяйственной продукции и продовольствия составляет около:

- а) 5%; б) 10%; в) 15 %; г) 20%; д) 25%.