

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**  
(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий кафедрой ЭУП  
\_\_\_\_\_ И.В. Вякина  
(подпись)  
«01» « 07 » 2022г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**  
**промежуточной аттестации в форме зачета**  
**по дисциплине «Маркетинговые исследования»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Типы задач профессиональной деятельности: организационно-  
управленческий, научно-аналитический.

Разработаны в соответствии с  
Рабочими программами «Маркетинговые исследования»,  
утвержденными проректором по УР.

Разработчик: Розова С.В.

Тверь 2022

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тверской государственный технический университет»

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Кафедра «Экономики и управления производством»  
Дисциплина «Маркетинговые исследования»  
Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 1**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Классификация маркетинговых исследований по целям исследования

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:

Рассчитайте емкость рынка бензина АИ-92 в городе Нижнем Новгороде по представленным данным: 1) средний расход бензина на одну машину «в сезон» (с мая по сентябрь)— 70 л за неделю; 2) средний расход бензина на одну машину «не в сезон» (с октября по апрель) — 55 л за неделю; 3) количество машин «не в сезон» уменьшается до 75%. Сведения о парке легковых автомобилей в Нижнем Новгороде получите самостоятельно с помощью интернет-источников

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

По описанной ниже ситуации разработайте план маркетингового исследования по следующим разделам: • формулировка проблемы и выбор направления маркетингового исследования; • определение цели и задач исследования; • отбор источников информации; • выбор методов сбора первичной информации; • программируемый результат исследования. ООО «Лазурный берег» существует на рынке 1 год и специализируется на продаже бассейнов различных размеров и форм и оборудования и аксессуаров для саун немецкого и канадского производства. Для этих целей арендуется павильон в одном из торговых центров города, где представлен один образец бассейна (больше не позволяют площади) и сопутствующие для него товары (различные фильтры для воды, агрегат для очистки дна и стенок резервуара, устройства для нагрева воды и т.д.) и оборудование для саун. Основную информацию о внешнем виде, качестве, устройстве, технических характеристиках, установке, цене, преимуществах данного производителя можно получить из многочисленных буклетов, рекламных проспектов и у продавцов консультантов. С целью привлечения покупателей на протяжении года давали рекламные блоки в ежемесячном строительном журнале, участвовали в ярмарках и выставках. Но все эти мероприятия не дали желаемого результата. Хотя у конкурентов объем продаж на аналогичную продукцию при таких же ценах (за исключением отечественных аналогов) значительно больше. Возникает вопросы: «Почему?» и «Что делать?»

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;  
«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных

Кафедра «Экономики и управления производством»

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 2**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Понятие, сущность и значение маркетинговых исследований.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:

Интерпретация полученных результатов.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

Вам надо провести исследование рекламного ролика перед запуском его в эфир.

Какими методами получения первичной информации Вы воспользуетесь и почему?

Какие вопросы будете задавать респондентам?

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Кафедра «Экономики и управления производством»  
Дисциплина «Маркетинговые исследования»  
Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 3**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:  
Различие и связь понятий «маркетинговое исследование» и «исследование рынка».
2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:  
Подготовка заключительного отчета.
3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:  
Вам необходимо спрогнозировать отклик от проведения рекламной компании.  
Какие методы прогнозирования Вы будете использовать и почему?

**Критерии итоговой оценки за зачет:**  
«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;  
«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных

Кафедра «Экономики и управления производством»

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 4**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Понятие, сущность и значение маркетинговых исследований.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:

Опрос как важнейший метод сбора первичных данных.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

Проанализируйте характеристики, которые повлияли бы на Ваше решение о покупке автомобиля.

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных

Кафедра «Экономики и управления производством»

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 5**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:  
Цели, задачи и направления маркетинговых исследований.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:  
Виды опросов.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

Как факторы сегментации могут повлиять на оценку продукции и её закупки предприятиями, и как это может отразиться на маркетинговой стратегии маркетолога промышленной продукции? Как это скажется на рекламной стратегии производителя?

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных

Кафедра «Экономики и управления производством»

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 6**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:  
Факторы, определяющие форму организации маркетинговых исследований.
  
2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:  
Наблюдение.
  
3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:  
Предприятие предусмотрело вывести на рынок новый косметический продукт. Переменные затраты на единицу продукции составили 30 тыс.руб., постоянные затраты - 120 тыс.руб. Результаты исследования рынка позволили заключить, что продукт продаётся по цене 60 тыс.руб. за единицу. Спрогнозируйте:
  - a) При каком объеме сбыта достигается пороговая (оптимальная) прибыль?
  - b) Как возрастет прибыль при объеме сбыта 6000 шт.?

**Критерии итоговой оценки за зачет:**  
«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;  
«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных

Кафедра «Экономики и управления производством»

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 7**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Классификация по целям исследования, по условиям проведения, по способу сбора и характеру информации, по частоте проведения

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл

Эксперимент. Проектирование экспериментов. Выбор типа эксперимента.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

Охарактеризуйте особенности маркетинговых исследований рынка

сырья:

— нефти;

— газа;

— сахарной свеклы;

— молока;

— зерна.

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных

Кафедра «Экономики и управления производством»

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 8**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:  
Первичные данные, вторичные данные, источники информации.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:  
Имитационное моделирование. Виды моделей

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:  
Охарактеризуйте особенности маркетинговых исследований рынка

технологий:

- энергетики;
- нефтехимии;
- углеводородов;
- фармацевтики;
- косметики.

**Критерии итоговой оценки за зачет:**  
«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;  
«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных

Кафедра «Экономики и управления производством»

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 9**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Определение метода сбора данных. Количественные и качественные методы сбора данных.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:

Разработка форм для сбора данных.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

Дайте характеристику специфики маркетинговых исследований рынка готовой продукции:

- молока;
- хлеба;
- бензина;
- крема для ухода за кожей лица;
- анальгина.

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных

Кафедра «Экономики и управления производством»

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 10**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Внутренние и внешние источники вторичной информации.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:

Измерения в маркетинговых исследованиях. Шкалы измерений.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

Подберите примеры специфики маркетинга стран с точки зрения:

- политико – правовой среды;
- экономической среды;
- культурной среды.

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Кафедра «Экономики и управления производством»  
Дисциплина «Маркетинговые исследования»  
Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 11**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:  
Достоинства и недостатки использования вторичных данных.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:  
Процесс составления анкеты и вопросы, используемые при ее разработке.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:  
Составьте анкету (не менее 10 вопросов) для изучения мнения респондентов на тему: «Необходимость платных образовательных услуг».

**Критерии итоговой оценки за зачет:**  
«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;  
«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тверской государственный технический университет»

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Кафедра «Экономики и управления производством»  
Дисциплина «Маркетинговые исследования»  
Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ №\_12\_\_**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Методы сбора и обработки вторичных данных.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:

Основные понятия: генеральная совокупность, выборка, единица выборки, объем выборки, структура выборки.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

Имеется следующая динамика объемов оказания услуги по месяцам с момента выведения услуги на рынок:

Январь	130,0 тыс. руб.
Февраль	117,5 тыс. руб.
Март	125,0 тыс. руб.
Апрель	118,0 тыс. руб.
Май	225,3 тыс. руб.
Июнь	206,5 тыс. руб.
Июль	161,3 тыс. руб.
Август	187,2 тыс. руб.
Сентябрь	227,8 тыс. руб.
Октябрь	238,7 тыс. руб.
Ноябрь	270,3 тыс. руб.
Декабрь	323,3 тыс. руб.
Январь	300,7 тыс. руб.
Февраль	385,1 тыс. руб.

**Задания:** 1. Построить график жизненного цикла товара, пояснить, на каком этапе жизненного цикла находится услуга

2. Провести анализ сезонности оказания услуги

3. Разработать стратегические предложения по комплексу маркетинга услуги

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Кафедра «Экономики и управления производством»  
Дисциплина «Маркетинговые исследования»  
Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 13**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:  
Проведение маркетинговых исследований через сеть Интернет
2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:  
Типы выборок. Методы определения объема выборки. Разработка выборочного плана.
3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:  
Составьте анкету (не менее 10 вопросов) для изучения мнения респондентов на тему: «Исследование предпочтений потребителей города: где провести выходные».

**Критерии итоговой оценки за зачет:**  
«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;  
«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тверской государственный технический университет»

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Кафедра «Экономики и управления производством»  
Дисциплина «Маркетинговые исследования»  
Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 14**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:  
Синдикативные данные.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:  
Сбор данных. Маршрут исследования.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

В рамках маркетингового исследования была проведена оценка значимости факторов покупки товара по 10 – ти балльной шкале с максимальным баллом, равным 1. Усредненные результаты исследования приведены в таблице.

Значимость факторов выбора поставщика по городам А и Б

Факторы	Средние оценки	
	А	Б
Широта ассортимента	3,33	7,17
Стабильность ассортимента	6,33	7
Качество товара	2,67	2,17
Скорость доставки	5,67	2,83
Возможность обмена товара	6,67	5,5
Цены	1	1
Отсрочка платежа	5,33	5,5
Комплектность заказа	5	4,83

**Задания:** 1. Построить лепестковую диаграмму значимости факторов. 2. Провести сравнительный анализ значимости по А и Б. 3. Разработать рекомендации по повышению удовлетворенности потребителей на этих географических рынках

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;  
«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тверской государственный технический университет»

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Кафедра «Экономики и управления производством»  
Дисциплина «Маркетинговые исследования»  
Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ №\_15\_\_**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Основные этапы процесса маркетингового исследования.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:

Использование специальных групп и специализированных компаний при организации сбора данных.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

В рамках маркетингового исследования была проведена оценка значимости факторов покупки товара по 10 – ти балльной шкале с максимальным баллом, равным 10. Усредненные результаты исследования приведены в таблице.

Сравнительный анализ средних оценок значимости факторов

Факторы	Средние оценки		Ранги	
	2006	2006	2006	2007
Широта ассортимента	9,27	2,70	8	4
Наличие нужных позиций	8,7	2,60	7	3
Качество товара	9,74	2,50	2	2
Надежность поставщика по срокам доставки	9,53	3,60	3	5
Возможность обмена товара	9,23	4,70	9	7
Цены	9,42	2,40	5	1
Качество работы торгового представителя	9,37	5,10	6	8
Оформление товарных документов	9,46	4,00	4	6
Оформление сертификатов	9,62	4,00	1	6

**Задания:** 1. Построить лепестковую диаграмму значимости факторов.

2. Провести сравнительный анализ изменения значимости факторов за исследуемые периоды. 3. Разработать рекомендации по повышению удовлетворенности потребителей.

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных

Кафедра «Экономики и управления производством»

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 16**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Определение потребности в проведении маркетингового исследования.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:

Структура анкеты. Принципы формулировки вопросов анкеты.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл: Компания Sony Ericsson в

последнее время балует своих поклонников целым рядом высокотехнологичных, многофункциональных устройств, которые по своей стоимости более привлекательны, чем их конкуренты. Новым флагманом компании стал новый смартфон-камерофон Sony Ericsson Kurara.

Интересным моментом, можно считать и тот факт, что данный телефон в различных странах будет называться под разными именами. Sony Ericsson U5, Sony Ericsson Vivaz U5 и Sony Ericsson Kurara – это названия одного и того же уникального мобильного устройства, которому многие мобильные эксперты уже сулят великое будущее! Самым важным достоинством во внешности новинки Sony Ericsson U5Kurara являются её достаточно компактные размеры – 107x52x12,4 мм. Компания Sony Ericsson возлагает на данную модель большие надежды, о чем говорит и широкое разнообразие цветовой гаммы, в которой будет выпускаться Sony Ericsson Vivaz U5. А пока известно, что сейчас этот телефон представлен в черном, серебристом, красном и синем цветах. Наряду со стильной внешностью новинка Sony Ericsson Vivaz U5 имеет массу полезных возможностей. Производитель позиционирует Курару, как оптимальное решение для тех, кто хочет видеть отличный мобильный телефон и компактный восьмимегапиксельный цифровой аппарат в одном устройстве, кроме того в этом камерофоне реализована функция записи HDвидео. Цена Sony Ericsson Kurara сегодня колеблется в диапазоне 370-430\$.

**Задания:** Сформируйте профиль целевого сегмента. Разработайте таблицы для предварительной сегментации рынка г. Казани для новой модели мобильного телефона по параметрам: - каналы сбыта; - характеристики товара

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель

Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова

И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика

Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных

Кафедра «Экономики и управления производством»

Дисциплина «Маркетинговые исследования»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ №\_17\_\_**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:

Выбор проекта исследования: разведочное, описательное или каузальное.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:

Открытые и закрытые формы вопросов. Основные, зондирующие и детекторные вопросы.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

Основными товарными группами кондитерского производства

хлебокомбината являются:

- торты (Т);

- конфеты карамель (КК);

- конфеты шоколадные (КШ);

- мучные кондитерские изделия (печенье, вафли, пряники) (МКИ);

- сахаристые кондитерские изделия (восточные сладости и др.) (СКИ).

Хлебокомбинат, испытывая острую конкуренцию по всем направлениям деятельности, проводит комплексное маркетинговое исследование, целью которого является повышение конкурентоспособности его продукции.

Задачи исследования:

- изучить потребительские предпочтения относительно кондитерской продукции;

- провести позиционирование товарных групп собственного производства относительно товаров – аналогов конкурентов;

- выявить критерии для сегментации рынка кондитерских изделий;

- провести сегментацию рынка для каждой из товарных групп.

**Задание**

Разработать анкеты для проведения личного опроса конечных

потребителей кондитерской продукции, обеспечивающие достижение цели

исследования и решение установленных задач.

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель

Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова

И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тверской государственный технический университет»

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Кафедра «Экономики и управления производством»  
Дисциплина «Маркетинговые исследования»  
Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 18**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:  
Определение проблемы и целей исследования.

2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:  
Классификация методов экономического анализа. Неформальные методы анализа.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:  
Менеджер хочет увеличить долю фирмы на целевом рынке. Он знает, что круг клиентов расширится, если обеспечить оперативную доставку своего товара и предлагает воспользоваться самолетом. Это потребует дополнительных затрат в 80 тыс. \$.

На основании данных таблицы выполните прогноз:

а) долю рынка, необходимую для получения прибыли в 41200 \$ после перехода на доставку самолетом;

б) количество единиц товара, которое сможет продать фирма, имея новую долю рынка;

в) ожидаемые валовые издержки;

г) ожидаемый валовый доход.

Фактическая доля фирмы, %	Цена единицы, \$	Объем продаж, единицы	Валовые издержки, \$	Прибыль, \$
20	150	1422	180700	32600

**Критерии итоговой оценки за зачет:**  
«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;  
«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тверской государственный технический университет»

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Кафедра «Экономики и управления производством»  
Дисциплина «Маркетинговые исследования»  
Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 19**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:  
Разработка программы, плана и графиков работ маркетингового исследования.
2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:  
Статистический анализ данных. Группировка и эмпирическая типологизация.
3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

В таблице представлены данные , показывающие ежемесячный сбыт, шт. компании, которая производит разные сорта мыла.

Наименование сорта мыла	Месяц											
	I.	II.	III.	IV	V	VI.	VII.	VIII	IX	X	XI	XII
«Юбилейное»	-	-	-	4	5	7	9	12	11	10	11	11
«Красная Москва»	20	19	19	12	12	11	10	7	5	3	2	-
«Хвойное»	22	24	21	21	20	19	10	19	20	6	4	3
«Детское»	44	43	40	37	35	30	38	29	35	30	34	36

Задание:

- а) Какую информацию о сбыте Вы можете получить, используя данные таблицы?
- б) Назовите возможные причины сокращения сбыта мыла «Красная Москва»?
- с) Предложите два варианта действий, при которых фирма может увеличить объем сбыта в следующем году.

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;  
«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 01.03.05 Статистика  
Направленность (профиль) – Экономическая статистика и анализ данных  
Кафедра «Экономики и управления производством»  
Дисциплина «Маркетинговые исследования»  
Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО  
КОНТРОЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ № 20**

1. Вопрос для проверки уровня «ЗНАТЬ» – 0 или 1 балл:  
Маркетинговые исследования как важнейшая функция маркетинга.
2. Задание для проверки уровня «ЗНАТЬ» - 0 или 1 балл:  
Структура отчета об исследованиях. Критерии качества написания отчета.

3. Задание для проверки уровня «УМЕТЬ» – 0 или 1 балл:

По мере того, как усиливается конкуренция, доля компании по производству удобрений ежегодно будет снижаться на 5%.

Но, в то же время, рынок будет расти со скоростью около 200 тыс. единиц в год.

На настоящий момент емкость рынка – 500 тыс. ед.; доля компании на нем – 35%; прибыль, получаемая с единицы, – 2 доллара.

Используя полученную информацию, заполните таблицу:

Год	Доля рынка, %	Объем продаж, ед-ц	Валовая прибыль, тыс. \$
1			
2			
3			
4			
5			

**Критерии итоговой оценки за зачет:**

«зачтено» - при сумме баллов 2 или 3;

«не зачтено» - при сумме баллов 0, или 1.

Преподаватель  
Заведующий кафедрой ЭУП

С.В. Розова  
И.В.Вякина