

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Саратовской области «Марковский политехнический колледж»



Контрольно-оценочные средства
для оценки результатов освоения
курса по дополнительной профессиональной программе –
программе повышения квалификации «Менеджер по продажам»

г. Маркс

2018 г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Саратовской области «Марковский политехнический колледж»

МАТЕРИАЛЫ
для проведения итоговой аттестации по программе повышения квалификации
«Менеджер по продажам»

Форма проведения итоговой аттестации - экзамен

г. Маркс
2018

Пояснительная записка

При выполнении итоговой аттестации необходимо учитывать основные подходы, изложенные в материалах к итоговой аттестации.

При оценке итоговой аттестации (экзамен) используются следующие критерии:

- глубина анализа информационно-методического материала,
- соответствие анализируемого материала нормативно-правовым и организационно-методическим документам.

полное соответствие – «отлично»,

частичное соответствие – «хорошо»,

не соответствие – «удовлетворительно».

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Саратовской области «Марковский политехнический колледж»

МАТЕРИАЛЫ
для проведения итоговой аттестации по программе повышения квалификации
«Менеджер по продажам»

Форма проведения итоговой аттестации - экзамен

Вариант № 1

1. Деловая среда менеджмента продаж оценивается по критериям:

- а) надежности поставщиков;
- б) сложности, стабильности и неопределенности;
- в) наличия конкурентов.

2. Самая высокая степень неопределенности деловой среды имеет место:

- а) в сложной и нестабильной среде;
- б) только в сложной среде;
- в) в стабильной среде.

3. Причинами роста сбытовых издержек являются:

- а) глобализация рынков сбыта;
- б) несовершенство производственной системы компании;
- в) растущая компетентность и требовательность потребителей.

4. Нерелевантные факторы рыночной среды — это факторы, которые:

- а) не оказывают заметного влияния на поведение потребителей;
- б) достаточно влияют на поведение потребителей;
- в) не учитываются при исследовании поведения потребителей.

5. Какие функции выполняет служба маркетинга компании при продажах продукции:

- а) установление квот продаж;
- б) поиск целевого сегмента;
- в) организация рекламных воздействий.

6. Какие стадии развития проходит менеджмент продаж как система:

- а) предпринимательскую;
- б) зрелости;
- в) развитой корпоративной практики;
- г) алгоритмизации процесса продаж.

7. В каких функциях раскрывается сущность менеджмента продаж:

- а) планирование и организация продаж;
- б) мотивация и контроль продаж;
- в) формирование клиентской базы.

8. Укажите соответствие функций и ключевых процессов менеджмента продаж:

Функции	Ключевые процессы			
	Построение службы продаж	Стимулирование клиентов	Адаптация к внешней среде	Отслеживание объема продаж
	1	2	3	4
а) планирование б) организация в) мотивация г) контроль				

9. Субъектом менеджмента продаж товарной продукции в литературе называют менеджера по продажам:

а) да; б) нет.

10. К интеллектуальным качествам современного менеджера относят:

- а) здоровье;
- б) умение принимать нужное решение;
- в) творческое начало.

11. Что является начальным этапом в разработке плана маркетинга?

- А) проведение маркетинговых исследований;
- Б) определение конкурентоспособности продукции;
- В) разработка стратегии;
- Г) постановка цели.

12. На поведение покупателей на потребительском рынке влияют такие факторы:

- А) культурные факторы (культура, субкультура, социальный класс);
- Б) социальные факторы (референтная группа, семья, роли и статусы);
- В) личные факторы (возраст и этап жизненного цикла, вид деятельности, экономическое положение, образ жизни, тип личности, взгляды и убеждения);
- Г) все ответы верны

13. Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?

- А) товарная ориентация
- Б) производственная ориентация
- В) бытовая ориентация
- Г) ориентация на потребителя, общество в целом

14. Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:

- А) маркетинговые исследования;
- Б) инвентарный контроль;
- В) товарная политика;
- Г) создание рекламного обращения.

15. Основными составными частями комплекса маркетинга являются:

- А) товар, цена, продвижение товара, распространение;
- Б) товар, стимулирование сбыта, реклама;
- В) сбыт товара, ценообразование, продвижение;
- Г) планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков.

16. Позиционирование товара — это:

- А) сегментирование рынка;
- Б) определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара;
- В) поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями;
- Г) выбор целевого рынка.

17. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает:

- А) рекламу, пропаганду, персональная продажа и систему скидок;
- Б) рекламу, персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта;
- В) рекламу, public relations, стимулирование сбыта и пропаганду;
- Г) рекламу, выставки, презентации, конкурсы.

18. Какую цель может иметь рекламное обращение к целевой аудитории?

- А) привлечь внимание;

- Б) удерживать интерес;
- В) побуждать к действию, то есть покупки;
- Г) все ответы правильные.

19. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет постоянного совершенствования товара характерна для:

- А) концепции социальноэтичного маркетинга;
- Б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- В) концепции совершенствования производства;
- Г) концепции совершенствования товара.

20. Какая деятельность относится к целевому маркетингу:

- А) позиционирование;
- Б) совершенствование производства;
- В) реклама;
- Г) калькулирование себестоимости.

21. Основные возможные исходы конфликтных действий:

- А) интеграция,
- Б) слухи,
- В) подчинение другому,
- Г) все ответы верны,
- Д) все ответы неверны.

22. Основные модели поведения в конфликтных ситуациях:

- А) «уход из ситуации»,
- Б) борьба, д) все ответы неверны.
- В) компромисс,
- Г) все ответы верны,

23. Свойства любого конфликта:

- А) наличие противоречия,
- Б) противоборство сторон конфликта,
- В) негативные эмоции по отношению друг к другу.
- Г) все ответы верны,
- Д) все ответы неверны.

24. Свойства любого конфликта:

- А) вербальная агрессия,
- Б) вовлечение большого количества людей,
- В) наличие противоречия,
- Г) все ответы верны,
- Д) все ответы неверны.

25. Если личность заняла позицию, отличную от позиции своей группы, то возникший в результате этого конфликт является:

- А) межличностным,
- Б) межгрупповым,
- В) внутриличностным,
- Г) между личностью и группой.

26. Какие из перечисленных способов разрешения конфликтов относятся к педагогическим?

- А) убеждение,
- Б) просьба,

- В) беседа,
- Г) решение суда.

27. Использование принципа единоначалия относится к следующему способу управления конфликтной ситуацией:

- А) общеорганизационные комплексные цели,
- Б) разъяснение требований к работе,
- В) структура системы вознаграждений;
- Г) координационные и интеграционные механизмы.

28. Если руководитель стремится завоевать командную роль относительно делового партнера, пытается провести свою позицию по спорному вопросу, несмотря на возражения его партнеров, и проявляет при этом максимум активности, то такое поведение относится к стратегии:

- А) сотрудничества,
- Б) компромисса,
- В) ухода,
- Г) соперничества.

29. Если предмет конфликта не слишком значим для человека, шансы добиться своего невелики или «цена» победы может оказаться чрезмерной, то следует избрать стратегию:

- А) уклонения,
- Б) компромисса,
- В) соперничества,
- Г) сотрудничества.

30. Причинами стресса могут являться:

- А) переход на другую работу,
- Б) плохие физические условия работы,
- В) расширение фронта работ,
- Г) все ответы верны.

Вариант № 2

1. Ключевыми требованиями к должности менеджера по продажам относят:

- а) умение выстраивать отношения с клиентами;
- б) приспособляемость;
- в) активность.

2. Различают следующие виды коммерческих оптовых организаций:

- а) с укороченным циклом обслуживания;
- б) с полным циклом обслуживания;
- в) с ограниченным циклом обслуживания.

3. Основной объем розничной торговли осуществляется:

- а) через розничные магазины;
- б) со складов производителя;
- в) путем внемагазинной торговли.

4. В цикл продаж товарной продукции входят этапы:

- а) определения видов продукции для продажи;
- б) планирования продажи;
- в) завершения продажи.

5. Оценочный подход как этап цикла продаж направлен на определение:

- а) перспективной потребности клиента;
- б) текущей потребности клиента;
- в) неудовлетворенной потребности клиента.

6. Презентация как этап цикла продаж предполагает демонстрацию:

- а) условий производства товара;
- б) продукта и его выгодных качеств;
- в) системы маркетинга.

7. Стратегия продвижения товара предусматривает:

- а) условия доставки;
- б) дизайн системы продвижения;
- в) стимулирование сбыта.

8. Установите соответствие уровней воздействия на покупателя и его реакции:

Уровень воздействия	Реакция покупателя		
	Совершение покупки	Предпочтение	Осведомленность о товаре
Познавательный			
Эмоциональный			
Поведенческий			

9. Стратегиями продвижения выступают:

- а) стратегия «проталкивания»;
- б) стратегия стабилизации;
- в) стратегия «протягивания».

10. Стратегия «проталкивания» направлена на:

- а) посредников;
- б) потребителей;
- в) только розничных торговцев.

11. Назовите элементы коммуникационной политики:

- А) стимулирование сбыта;
- Б) определение рыночной ниши;
- В) поисковые маркетинговые исследования;
- Г) спонсорство.

12. К действиям по стимулированию торговой активности относят:

- А) ценовая политика;
- Б) торговые выставки;
- В) предоставление образцов;
- Г) подбор ассортимента.

13. Какие виды рекламы используют для товаров, находящихся на стадии введения на рынок на потребителя?

- А) увещательная;
- Б) информационная;
- В) напоминающая;
- Г) подкрепляющая.

14. К какому виду следует отнести цель стимулирования продаж в предновогодний период?

- А) расширенная;
- Б) разовая;
- В) специфическая;
- Г) стратегическая.

15. Какой тип организационной структуры маркетинга предполагает наличие менеджера по продукту А, менеджера по продукту Б?

- А) продуктовая;
- Б) рыночная;
- В) функциональная ;
- Г) товарно-функциональная.

16. Что такое купонное предложение-

- А) это предложение товара покупателям бесплатно или на пробу;
- Б) это сертификаты, которые дают право потребителю покупать конкретный товар по сниженной цене;
- В) товар, предлагаемый по очень низкой цене или бесплатно в качестве поощрения за покупку другого товара;
- Г) ценовая категория, которая устанавливается для покупателей, совершающих внесезонные покупки товаров и услуг.

17. Что определяет широта каналов распределения

- А) количество посредников от производителя до потребителя;
- Б) полноту охвата товародвижения;
- В) количество посредников на одном уровне звена;
- Г) качество каналов товародвижения.

18. Какие торговые посредники покупают товар у производителя

- А) дилер;
- Б) дистрибьютор;
- В) коммивояжер;
- Г) агенты.

19. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж товара в результате принятия соответствующих мер в сфере сбыта и стимулирования характерна для:

- А) концепции социальноэтичного маркетинга;
- Б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
- В) концепции совершенствования производства;
- Г) концепции совершенствования товара.

20. Каналом распределения называют:

- А) способ распространения рекламы;
- Б) совокупность организаций и лиц, способствующих перемещению товара от производителя к потребителю;
- В) способ транспортировки товара;
- Г) оптового посредника.

21. К субъективным причинам конфликта относятся:

- А) экономические факторы,
- Б) технологические факторы,
- В) индивидуальные особенности участников конфликта,

22. Функции конфликта:

- А) деструктивная,
- Б) конструктивная,
- В) диагностическая.
- Г) все ответы верны,
- Д) все ответы неверны.

23. Основные возможные исходы конфликтного взаимодействия:

- А) подчинение другого;
- Б) компромисс,
- В) прерывание конфликтных действий;
- Г) все ответы верны,
- Д) все ответы неверны.

24. Основные модели поведения в конфликтных ситуациях:

- А) «уход из ситуации»,
- Б) борьба,
- В) компромисс,

25. Свойства любого конфликта:

- А) наличие противоречия,
- Б) противостояние сторон конфликта,
- В) негативные эмоции по отношению друг к другу.
- Г) все ответы верны,
- Д) все ответы неверны.

26. Если личность заняла позицию, отличную от позиции своей группы, то возникший в результате этого конфликт является:

- А) межличностным,
- Б) межгрупповым,
- В) внутриличностным,
- Г) между личностью и группой.

27. Конфликт между личностью и группой по направленности является:

- А) горизонтальным,

- Б) вертикальным,
- В) смешанным.

28. Какие из перечисленных способов разрешения конфликтов относятся к педагогическим?

- А) убеждение,
- Б) просьба,
- В) беседа,
- Г) решение суда.

29. Использование принципа единоначалия относится к следующему способу управления конфликтной ситуацией:

- А) общеорганизационные комплексные цели,
- Б) разъяснение требований к работе,
- В) структура системы вознаграждений;
- Г) координационные и интеграционные механизмы.

30. Если руководитель стремится завоевать командную роль относительно делового партнера, пытается провести свою позицию по спорному вопросу, несмотря на возражения его партнеров, и проявляет при этом максимум активности, то такое поведение относится к стратегии:

- А) сотрудничества,
- Б) компромисса,
- В) ухода,
- Г) соперничества.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Саратовской области «Марковский политехнический колледж»

Итоговая аттестация - экзамен (письменный)
по ДПП «Менеджер по продажам»

Слушатель _____
(ФИО)

Выполните задание:

1. Ознакомьтесь с лекционными и методическими материалами по программе повышения квалификации «**Менеджер по продажам**».
2. Ответьте на вопросы тестовых заданий по предложенным вариантам, результаты ответов запишите в таблицу.

Вариант ____

№ вопроса	Ваш вариант ответа	№ вопроса	Ваш вариант ответа
1.		16.	
2.		17.	
3.		18.	
4.		19.	
5.		20.	
6.		21.	
7.		22.	
8.		23.	
9.		24.	
10.		25.	
11.		26.	
12.		27.	
13.		28.	
14.		29.	
15.		30.	

Слушатель _____ / _____

Подпись

Ф.И.О.