

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Целевой рынок предприятия»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ

Что такое целевой рынок предприятия?

- А) Все потенциальные клиенты компании
- Б) Группа людей или компаний, для которых создается продукт
- В) Все покупатели, совершившие хотя бы одну покупку
- Г) Клиенты, принесшие наибольшую прибыль

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

2. Выберите один правильный ответ

Какой критерий НЕ используется при сегментации рынка?

- А) Возраст
- Б) Доход
- В) Цвет глаз
- Г) Географическое расположение

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

3. Выберите один правильный ответ

Какая характеристика НЕ является признаком правильного сегмента?

- А) Однородность
- Б) Устойчивость
- В) Закрытость для коммуникации
- Г) Открытость для коммуникации

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

4. Выберите один правильный ответ

Какой метод исследования целевого рынка является количественным?

- А) Глубинные интервью
- Б) Анализ баз данных
- В) Фокус-группы
- Г) Экспертные оценки

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите правильное соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

	Методы		Характеристики
1)	Количественные исследования	А)	Сбор и анализ существующей информации
2)	Качественные исследования	Б)	Глубинные интервью, фокус-группы
3)	Первичные исследования	В)	Опросы, анкетирование, анализ больших данных
4)	Вторичные исследования	Г)	Сбор информации непосредственно для исследования

Правильный ответ:

1	2	3	4
В	Б	Г	А

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

2. Установите правильное соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

	Этапы		Последовательность
1)	Анализ конкурентов	А)	Первый этап
2)	Определение целевой аудитории	Б)	Второй этап
3)	Оценка емкости рынка	В)	Третий этап
4)	Сегментация рынка	Г)	Четвертый этап

Правильный ответ:

1	2	3	4
Г	А	В	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

3. Установите соответствие между критериями сегментации и их типами. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

	Критерии		Характеристики
1)	Демографические	А)	Образ жизни, ценности, интересы
2)	Психографические	Б)	Возраст, пол, доход
3)	Поведенческие	В)	Климат, регион, размер города
4)	Географические	Г)	Частота покупок, лояльность

Правильный ответ:

1	2	3	4
---	---	---	---

Б	А	Г	В
---	---	---	---

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

4. Установите соответствие между инструментами исследования рынка и их назначением. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

	Инструменты		Назначение
1)	Google Analytics	А)	Анализ посещаемости сайтов
2)	СПАРК	Б)	Исследование поисковых запросов
3)	Яндекс.Вордстат	В)	Анализ финансовых показателей компаний
4)	SimilarWeb	Г)	Изучение поведения посетителей сайта

Правильный ответ:

1	2	3	4
Г	В	Б	А

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность этапов исследования целевого рынка:

- А) Сбор первичной информации
- Б) Формулировка целей исследования
- В) Анализ полученной информации
- Г) Разработка стратегии исследования

Правильный ответ: Б, Г, А, В

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

2. Установите правильную последовательность действий при сегментации рынка:

- А) Выбор критериев сегментации
- Б) Оценка привлекательности сегментов
- В) Составление профиля сегментов
- Г) Позиционирование продукта

Правильный ответ: А, В, Б, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

3. Установите правильную последовательность этапов разработки маркетинговой стратегии:

- А) Выбор целевого сегмента

- Б) Анализ конкурентов
- В) Определение целей компании
- Г) Разработка комплекса маркетинга

Правильный ответ: В, Б, А, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

4. Установите правильную последовательность действий при оценке емкости рынка:

- А) Определение потенциального объема продаж
- Б) Анализ текущего спроса
- В) Оценка реального спроса
- Г) Исследование потребностей целевой аудитории

Правильный ответ: Г, Б, А, В

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

5. Установите правильную последовательность этапов разработки портрета целевого потребителя:

- А) Сбор и анализ данных о потребителях
- Б) Определение основных характеристик целевой аудитории
- В) Формулировка гипотез о портрете потребителя
- Г) Проверка гипотез на реальных данных

Правильный ответ: В, Б, А, В

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

6. Установите правильную последовательность действий при проведении маркетинговых исследований:

- А) Анализ собранных данных
- Б) Разработка методологии исследования
- В) Постановка целей исследования
- Г) Сбор первичной информации

Правильный ответ: В, Б, Г, А

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Целевой рынок – это совокупность _____ клиентов, которые могут быть заинтересованы в продуктах или услугах компании.

Правильный ответ: потенциальных

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Определение целевого рынка помогает компании _____ свою нишу на рынке и оптимизировать бизнес-процессы.

Правильный ответ: четко определить

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

3. Напишите пропущенное слово:

При анализе целевого рынка важно изучить _____ рынка – объем всех предоставляемых товаров и услуг внутри одного рыночного сегмента.

Правильный ответ: емкость

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Существует два основных вида целевого рынка: первичный и _____.

Правильный ответ: вторичный

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

5. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

При определении целевого рынка необходимо проанализировать _____ клиентов для понимания их общих характеристик и мотивов покупки.

Правильный ответ: существующих

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Опишите три основные характеристики целевого рынка: _____ (Ответ запишите в виде терминов)

Правильный ответ:

Демографические характеристики

Географические характеристики

Рыночные тренды

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

2. Перечислите этапы исследования целевого рынка _____ (Ответ запишите в виде терминов, минимум три)

Правильный ответ:

Изучение продукта и его преимуществ

Создание портрета потребителя

Сегментация рынка

Разработка УТП и маркетинговой стратегии

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

3. Назовите основные критерии для сегментации целевого рынка:

(Ответ запишите в виде терминов, минимум три)

Правильный ответ:

Демографические признаки

Психографические характеристики

Поведенческие факторы

Географические особенности

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Решить задачу

Компания “ТехноПлюс” планирует выход на рынок смартфонов среднего ценового сегмента. Опишите стратегию определения целевого рынка для данной компании.

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

Решение.

1. Анализ рынка:

Изучение конкурентов

Оценка емкости рынка

Определение основных трендов

Анализ потребительских предпочтений

2. Сегментация рынка:

Демографический анализ (возраст 25-45 лет)

Географическое распределение (крупные города)

Психографические характеристики

Поведенческие факторы

3. Выбор целевого сегмента:

Критерии выбора

Оценка потенциала

Анализ конкурентов

Определение уникальных преимуществ

4. Разработка маркетинговой стратегии:

Позиционирование продукта

Ценообразование

Каналы продвижения

Программа лояльности

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

2. Решить задачу

Компания “Фитнес-клуб премиум-класса” планирует открытие нового клуба в центре города. Опишите методику определения целевого рынка.

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

Решение.

1. Анализ потенциального рынка:

Демографический анализ

Географическое расположение

Анализ платежеспособности

Изучение конкурентов

2. Сегментация аудитории:

Возрастные группы

Профессиональный статус

Уровень дохода

Образ жизни

3. Определение потребностей:

Ожидания от фитнес-услуг

Предпочтения в тренировках

Дополнительные услуги

Время посещения

4. Разработка маркетинговой стратегии:

Позиционирование клуба

Ценообразование

Каналы продвижения

Программа лояльности

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Целевой рынок предприятия» соответствует требованиям ФГОС ВО.

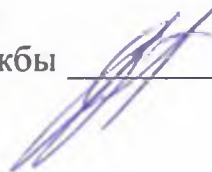
Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.01 Экономика.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 38.04.01 Экономика.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы _____ Студеникина В.П.



Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)