



## Маркетинговый аудит.dor\_БАК\_25-040-Б

- 1 Понятие «маркетинговый аудит» кратко может быть определено как ...
- 2 Основная цель проведения маркетингового аудита состоит в ...
- 3 К практическим способам реализации маркетингового аудита следует отнести ... (укажите 3 варианта ответа)
- 4 Сопоставьте основные характеристики маркетингового аудита и их описания:
- 5 Сопоставьте основные виды маркетингового аудита и их описания:
- 6 Базовые элементы комплекса маркетинга (товар, цена, каналы распределения и стимулирование сбыта) по степени влияния на них со стороны организации называются ... факторами маркетинг-микс
- 7 Анализ продвижения, системы сбыта и распространения, диагностика ключевых аспектов системы продаж, процесса управления брендом, клиентской политики относятся к факторам ... маркетинговой среды организации
- 8 Неверно, что ... относят к ошибкам системного характера
- 9 Установите соответствие групп факторов и соответствующих примеров:
- 10 В числе результатов успешного маркетингового аудита - ... (укажите 3 варианта ответа)
- 11 Способ проведения аудита, при котором проверки друг друга осуществляют различные подразделения (чаще всего службы сбыта и маркетинга), – это ...
- 12 Говоря о причинах проведения разных видов маркетингового аудита, можно утверждать, что ... (укажите 2 варианта ответа)
- 13 В числе документов, разрабатываемых по итогам аудита маркетинга, – ... (укажите 2 варианта ответа)
- 14 При выходе на работу нового ключевого менеджера (прежде всего, директора по маркетингу) проводится аудит ... дел





- 15) В случае вынужденных критических ситуаций, требующих немедленной диагностики системы маркетинга в компании, проводится ... аудит
- 16) К факторам макросреды относят ...
- 17) К факторам микросреды относят ...
- 18) Установите соответствие конкретной задачи вида аудита, необходимого для ее решения:
- 19) Сопоставьте методы маркетингового аудита с задачами, которые они решают:
- 20) Расположите в правильной последовательности основные этапы сотрудничества с внешней аудиторской компанией на этапе тендерного подхода:
- 21) Отчеты организации, беседы с сотрудниками отдела маркетинга, маркетинговая информационная система, бухгалтерские и финансовые отчеты, отчеты руководителей на собраниях акционеров, сообщения торгового персонала, обзоры жалоб и рекламаций потребителей – все это является ...
- 22) Количество реализованного товара или услуги за определенный период (или объем возможной реализации) при определенном уровне цен – это ... рынка
- 23) Сопоставьте этапы маркетингового аудита с их описаниями:
- 24) Расположите этапы маркетингового аудита в правильной последовательности:
- 25) Установите соответствие между участниками маркетингового аудита и их ролями:
- 26) Основной целью результирующих методов аудита системы маркетинга выступает сбор информации о ...
- 27) Выборочное регулярно проводимое исследование, т.е. анализ не всей генеральной совокупности объектов, а выборки, – это ... исследование
- 28) Существует три основных типа панелей, которые исследуются в российской и зарубежной практике, в числе которых – ... панели (укажите 3 варианта ответа)
- 29) В числе основных эффектов от проведения комплексного аудита маркетинга – ... (укажите 3 варианта ответа)





- 30 По итогам аудита маркетинга разрабатываются такие документы, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 31 Анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов – это ...
- 32 Анализ маркетинговой деятельности внутри организации по всем бизнес-процессам, формам отчетности, а также оценка участвующего персонала в интересах внутренних пользователей компании – это аудит ...
- 33 Соотнесите инструмент с типом анализа внешней среды, при котором он используется:
- 34 Расположите методы аудита внешней среды в порядке от общего к частному:
- 35 Установите соответствие между целями и методами аудита внешней среды:
- 36 Одна из 5 сил Портера, которая может повлиять на формирование отраслевой структуры и проявляется в способности снижать цены посредством сбора информации о конкурентах или увеличения требований к качеству продуктов или услуг, – это ...
- 37 К методам получения информации о конкурентах относят ... (укажите 3 варианта ответа)
- 38 Максимально возможный уровень потребления (гипотетическая величина) – это ... емкость
- 39 Такая из 5 сил Портера, как ..., – это наиболее важный фактор для маркетингового аудита, в основе которого лежит конкуренция
- 40 Основной целью аудита внутренней среды маркетинга выступает ...
- 41 Сопоставьте методы аудита внутренней среды с их характеристиками:
- 42 Расположите в правильной последовательности этапы анализа 7P маркетинг-микс:
- 43 Установите соответствие между видами анализа и их описаниями:
- 44 Расположите в правильной последовательности этапы аудита расходов компании на рекламу:
- 45 Метод, который используется для определения наиболее прибыльных товаров или услуг в ассортименте компании, – это ...





- 46) В числе основных характеристик целей в стратегическом менеджменте по принципу SMART – цели должны быть ... (укажите 3 варианта ответа)
- 47) Соответствие намеченных целей организации ее реальным возможностям анализируют с помощью ...
- 48) Инструмент, с помощью которого руководство выявляет и оценивает свою хозяйственную деятельность с целью вложения средств в наиболее прибыльные и перспективные направления или прекращение инвестиций в неэффективные проекты, – это ...
- 49) Для построения матрицы BCG используют две переменные, такие как ... (укажите 2 варианта ответа)
- 50) Анализ ассортимента по методу ... осуществляется для классификации товаров и позволяет определить направления развития товарных групп и пути оптимизации товарного ассортимента
- 51) Укажите последовательность действий при проведении SWOT-анализа:
- 52) Метод анализа, который представляет собой комплексное аналитическое исследование, изучающее несоответствия, разрывы между текущим состоянием компании и желаемым состоянием, – ...
- 53) ... методы – это методы, при использовании которых истинная цель аудита от респондента скрывается, для чего сценарий делается запутанным, намеренно неясным, двусмысленным
- 54) В начале анкеты лучше расположить ...
- 55) Установите последовательность, в которой лучше располагать группы вопросов анкеты:
- 56) Ключевым методом в изучении сферы сознания людей является ...
- 57) Закрытым называется вопрос, ...
- 58) Если разные ключевые лица нуждаются в разной и по-разному представленной информации в отчете о результатах исследования, в этом случае ...
- 59) При необходимости использования сложных технических терминов в отчете можно ... (укажите 2 варианта ответа)
- 60) Соотнесите элементы SWOT-анализа с их описаниями:





- 61) В числе основных эффектов от проведения комплексного аудита маркетинга – ... (укажите 2 варианта ответа)
- 62) Анализ рынка, места предприятия на рынке, конкурентного окружения, потребителей и прочих контрагентов предприятия относится к ... маркетинговой среде организации
- 63) Диагностика маркетинговой службы, анализ ключевых аспектов планирования маркетинговой деятельности, оценка ценовой и продуктовой политики – все это составляет ... маркетинговую среду предприятия
- 64) Сущность маркетингового аудита состоит в ...
- 65) Основное назначение маркетингового аудита, состоит в ... (укажите 2 варианта ответа)
- 66) Маркетинговый аудит в организации должны проводить ... (укажите 3 варианта ответа)
- 67) Расположите в хронологической последовательности исторические вехи в развитии маркетингового аудита:
- 68) Сопоставьте между собой этапы проведения маркетингового аудита и их описания:
- 69) Процесс проведения маркетингового аудита включает в себя ... (укажите 2 варианта ответа)
- 70) Название метода, используемого для сбора информации о рыночных тенденциях и конкурентах, – ...
- 71) Сопоставьте основные характеристики маркетингового аудита и их описания:
- 72) Сопоставьте основные виды маркетингового аудита и их описания:
- 73) Установите правильную последовательность действий при анализе маркетинговой среды:
- 74) Анализ маркетинговой деятельности внутри организации по всем бизнес-процессам, формам отчетности, а также оценка участвующего персонала в интересах внутренних пользователей компании – это аудит ... среды
- 75) Аудит, проводимый в компании, имеющей несколько направлений деятельности, а также содержащей в штате и специалистов в области бухгалтерского и управленческого аудита, – это ...
- 76) В числе методов оценки эффективности системы маркетинга – ...





- 77 Сопоставьте этапы маркетингового аудита с их описаниями:
- 78 Установите соответствие между участниками маркетингового аудита и их ролями:
- 79 Анализ, который включает в себя исследование сильных и слабых сторон компании, а также возможностей и угроз – это...
- 80 «...» – это подход к планированию бюджета внешнего аудита, суть которого в том, что аудиторская компания определяет концепцию основного инструментария аудита, оценивает трудоемкость предстоящей работы, ее себестоимость, прибавляет к ней маржу и выставляет итоговую цену за аудит
- 81 Расположите в правильной последовательности этапы сотрудничества с аудиторской фирмой:
- 82 Если изначально неясно, в чем состоят проблемы компании и почему она теряет конкурентоспособность, то маркетинговому аудиту необходимо подвергать все элементы системы маркетинга – в таких случаях проводится ... аудит
- 83 Результатом аудита может быть разработка документов, которые компания затем будет использовать в своей практической деятельности, в числе которых – ... (укажите 2 варианта ответа)
- 84 На этапе разработки концепции маркетингового аудита решаются такие задачи, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 85 Говоря о пилотировании, можно утверждать, что ... (укажите 2 варианта ответа)
- 86 Компоненты системы маркетингового аудита включают в себя ... (укажите 4 варианта ответа)
- 87 Если на предприятии в рамках ревизии маркетинга исследованию подлежали товары, цены, система распределения товаров, система продвижения или маркетинговых коммуникаций, то данное направление исследований отвечает такому виду аудита, как аудит ...
- 88 Установите соответствие между ключевыми регламентирующими документами и их описанием:
- 89 Соотнесите между собой разновидности готовых отчетов в маркетинговом аудите и их описания:
- 90 Выборка сходных по составу и количеству объектов, периодически подвергающихся изучению, – это ...





- 91) Апробация рабочего инструментария, попытка использовать его в реальных полевых условиях с целью возможной корректировки – это ...
- 92) Расположите этапы маркетингового аудита в правильном порядке:
- 93) SWOT-анализ состоит в ...
- 94) В числе инструментов аудита внутренней среды маркетинга – ... (укажите 3 варианта ответа)
- 95) Одна из 5 сил Портера, определяемая уровнем барьеров, с которыми сталкиваются новые компании при попадании в отрасль, – это ...
- 96) Объем реального потребления (реальная или достижимая величина) – это ... емкость
- 97) Соотнесите виды опросов и их характеристики:
- 98) ... – это метод анализа политических, экономических, социальных и технологических факторов
- 99) Одна из 5 сил Портера, которая представляет собой способность поставщика влиять на стоимость, доступность и качество ввозимых материалов для компаний аудируемой отрасли, – это ...
- 100) Действие, отражающее сегментацию рынка, – ...
- 101) Установите правильный порядок выполнения функции выбора целевого рынка:
- 102) Товар, имеющий низкую долю рынка и не имеющий возможностей роста, т.к. находится в непривлекательных отраслях, именуется как ...
- 103) Матрица ... – это метод анализа, который основывается на оценке долгосрочной привлекательности отрасли и конкурентной позиции стратегической единицы бизнеса
- 104) Внедрение стратегического маркетинга предполагает ... (укажите 2 варианта ответа)
- 105) Концепция маркетинга означает, что:
- 106) Метод стратегического маркетингового анализа, который фокусируется на оценке внутренних факторов компании. Сосредоточен исключительно на внутренних аспектах: сильных, нейтральных, слабых сторонах.





- 107) Матрица ... – это модель, которая помогает оценить перспективность бизнеса в целом и его отдельных направлений или товаров; данную модель используют как для существующих, так и для планируемых проектов
- 108) Установите правильную последовательность этапов построения матрицы GE McKinsey:
- 109) Соотнесите между собой названия методов портфельного анализа и их краткие характеристики:
- 110) Установите правильную последовательность этапов портфельного анализа:
- 111) Метод ... позволяет определить наиболее приоритетные позиции в ассортименте, выделить аутсайдеров процесса и показать, что является приоритетным и что базовым ассортиментом
- 112) Сопоставьте методы аудита внутренней среды с их характеристиками:
- 113) Вопросы, на которые допустимы только утвердительный или отрицательный ответ, называются ... вопросами
- 114) Круговые диаграммы в отчете о результатах исследования используются для иллюстрации распределения ответов на ...
- 115) Данные, собираемые на регулярной основе или собранные однократно, но не для решения этой конкретной проблемы, а по другому поводу, – это ... данные
- 116) Если ..., это опровергает гипотезу о том, что сбыт товара падает из-за низкой заинтересованности посредников в распространении нашего товара
- 117) Такие методы исследования, как ..., являются наиболее эффективными при их применении собственными маркетологами компании без привлечения сторонних исследователей (укажите 5 вариантов ответа)
- 118) При подготовке отчета для заказчика следует подготовить ...
- 119) Соотнесите между собой элементы SWOT-анализ и их описания:
- 120) Наиболее часто применяемый качественный вид опросов в маркетинговом аудите для любых категорий респондентов, особенно когда не выявлены основные проблемы и в ходе разговора можно в зависимости от ответов скорректировать интервью, уточнить интересующие детали, – это ... интервью





- 121) ... исследования отвечают, прежде всего, на вопрос «почему?»; эти исследования выявляют мотивации сотрудника при внутреннем аудите, а также особенности покупательского поведения потребителей при внешнем аудите, размышления респондентов, позволяя проследить причинно-следственные связи
- 122) Расположите в правильной последовательности этапы финальной процедуры маркетингового аудита:
- 123) Установите последовательность, в которой лучше располагать группы вопросов анкеты:
- 124) Производственная компания занимается ремонтом и установкой окон. Компания хочет понять, для какой аудитории ей работать. Специалисты изучают клиентскую базу, проводят исследования. Они выяснили, что самый большой сегмент их клиентской базы – это «функционалисты», которые на первое место ставят удобство. Чаще всего это активные веб-пользователи, склонные покупать в интернет-магазинах. Они пользуются приложениями, калькуляторами и другими онлайн-сервисами для сравнения товаров и цен. Эти клиенты хотят сделать ремонт быстро, экономя силы и деньги. Какой вариант позиционирования компании в наибольшей степени соответствует критериям оптимальности?
- 125) Самоаудит, в рамках которого руководитель подразделения использует специальный опросный лист для оценки эффективности своей деятельности, и который по субъективным причинам может не отвечать некоторым критериям эффективности маркетингового аудита, например, в случае если руководитель не пожелает оповещать о проблемах компании и постарается их скрыть. Какой критерий эффективности маркетингового аудита может нарушать самоаудит?
- 126) Компания «Техно» занимается продажей электроники и гаджетов. Основанная в 2018 году, она быстро завоевала популярность благодаря широкому ассортименту и доступным ценам. Однако в последние полгода компания столкнулась с падением продаж. Что в этом случае будет являться предметной областью маркетингового аудита?
- 127) Вам поручено провести маркетинговый аудит предприятия, выпускающего товары промышленного назначения. Ответы на какие вопросы позволят оценить общую эффективность маркетинговой стратегии? (Укажите 2 варианта ответа).





- 128) Американский ученый в области маркетинга Дж. Ф. Энджел считал, что «потребителя формирует среда, ведь именно в ней он живет и работает. В то же время и сама среда изменяется под воздействием потребителя». Проанализируйте это высказывание. О какой среде здесь идет речь?
- 129) Общие затраты на маркетинг составили 120 тыс. руб. Количество новых клиентов, привлеченных за кампанию, – 20 человек. Средний доход от нового клиента – 7,5 тыс. руб. Чему будет равен ROI?
- 130) Вы – специалист по маркетинговому аудиту, и вас пригласила известная компания А проконсультировать ее в области стратегического маркетинга. Вы приходите на фирму и проводите всестороннее обследование. С чего вы начнете свою работу? Проранжируйте этапы работы маркетингового аудитора с точки зрения очередности их выполнения (начиная с первоочередного этапа).
- 131) Любая компания ставит перед собой тактические и стратегические цели. Приведите примеры стратегических и тактических целей компании.
- 132) «ЭкоПродукты» – это компания, специализирующаяся на продаже органических и натуральных продуктов питания. Она была основана в 2020 г. и нацелена на привлечение клиентов, заинтересованных в здоровом образе жизни и экологии. В связи с увеличением конкуренции на рынке компания решила провести анализ своих каналов распределения для повышения эффективности и расширения охвата. Определите, какой канал распределения эффективен.
- 133) В отчетном году на долю первичных покупок приходилось 30 % всех покупок микроволновых печей, остальные покупки – это замена старых печей. Других мотивов покупок нет. По мнению фирмы, на ее долю приходится примерно 40 % от первичных покупок и 20 % от повторных покупок (на замену). Определите рыночную долю фирмы.
- 134) В стране за год произведено 5 900 тыс. ед. товара. По импорту поступило 600 тыс. ед., экспортировано 400 тыс. ед. Остатки на складах составили на начало года 220 тыс. ед., на конец года – 330 тыс. ед. Чему равна емкость рынка данного товара?
- 135) За год емкость рынка выросла на 8 %, а продажи фирмы увеличились на 3 %. На сколько процентов изменилась доля фирмы на рынке?





- 136) Продажи продукции на рынке составляют 15 млн руб. Оборот фирмы на рынке составляет 5 млн руб. Результаты исследования рынка показатели, что общий оборот можно увеличить до 20 млн руб. при проведении соответствующих маркетинговых мероприятий. Какова доля фирмы на рынке? Какова емкость рынка? Каков потенциал рынка?
- 137) В компании сложилась ситуация, когда ресурсы не позволяют проведение полномасштабного опроса, а решение необходимо принимать с учетом запросов потребителей. Каким методом следует воспользоваться в данной ситуации?
- 138) Для освоения производства нового продукта требуется 10 млн руб. От продажи товара организация планирует получать ежегодно доход в размере 3,5 млн руб. Инвестиции планируется привлечь на срок до четырех лет. Целесообразно ли организации осуществлять планируемое решение в области товарной политики?
- 139) Если производитель продукции при изучении отношения потребителей к собственной продукции и продукции конкурентов сразу скажет респонденту, что является заказчиком исследования, респондент невольно завысит оценки продукции производителя и принизит оценочные значения для конкурирующей продукции. Какой метод маркетингового исследования целесообразно использовать в данной ситуации?
- 140) В анкете присутствует вопрос: «Какой среднедушевой доход вашей семьи?». Какое правило разработки анкет нарушено в данной формулировке вопроса?
- 141) Новый товар продается хуже, чем ожидалось. При разработке подхода к решению задачи исследования была сформулирована гипотеза, что в компании плохо работает система распространения. В каком случае гипотеза верна?
- 142) Новый товар продается хуже, чем ожидалось. При разработке подхода к решению задачи исследования была сформулирована гипотеза, что покупатели считают товар недостаточно качественным для своей цены В каком случае гипотеза верна?

