

ЗАДАНИЯ ОЛИМПИАДЫ

Требования к оформлению заданий: формат страницы А4; поля: сверху, снизу, справа – 15 мм, слева – 20 мм; выравнивание текста – по ширине; шрифт: размер (кегель) – 14 pt, тип – Times New Roman, межстрочный интервал 1,5; возможные форматы файлов: *.doc, *.docx, *.pdf.

ЗАДАНИЕ 1

Эссе – короткое сочинение (1-2 стр.). Ученик выражает свое субъективное мнение на определенную тему по маркетингу.

Оценивается умение участника логично и лаконично описывать заданную экономическую проблему. Работа оценивается до 10 баллов.

Конкретную тему автор выбирает самостоятельно из перечня возможных:

«Я – СОВРЕМЕННЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ!»;

«МАРКЕТИНГ НА СЛУЖБЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ»;

«РЕКЛАМА БЕЛОРУССКИХ ТОВАРОВ»;

«ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ»

Приветствуется дополнение текста эссе графическими и табличными материалами.

ЗАДАНИЕ 2

Аналитическая записка (кейс-задание) – краткий анализ заданной ситуации.

Кейс 1. Реклама новых товаров СП ОАО «Спартак»

Крупнейшая кондитерская фабрика Республики Беларусь - СП ОАО «Спартак» – представляет собой современное предприятие кондитерской отрасли, отличительной особенностью которого является применение только натурального сырья для производства продукции.

Основными видами продукции, выпускаемой фабрикой, является: карамель, конфеты, шоколад и шоколадные изделия, печенье, вафельные изделия, торты и пирожные. Ассортимент продукции составляет свыше 440 наименований (карамель, печенье, вафли, конфеты, шоколад, торты), охватывающих все ценовые сегменты покупательского спроса – от самого высокого (категория «премиум») до наименьшего.

Конкурентами «Спартака» в Республике Беларусь являются 16 предприятий республиканской и иной форм собственности. Их годовая мощность превышает емкость отечественного рынка кондитерских изделий. При этом также наблюдается рост импорта кондитерских изделий в Республику Беларусь, причем основная часть импортируемой продукции поступает из стран СНГ.

СП ОАО «Спартак» разрабатывает особый стиль своей продукции. Он позволяет покупателю узнать товар. Важным элементом фирменного стиля является эмблема с изображением фирменного имени СП ОАО «Спартак».

Предприятие активно привлекает рынок за посредством рекламы, использует широкий диапазон средств информации, позволяет СП ОАО «Спартак» формировать дополнительный спрос потребителей.

Задание к кейсу:

Предложите направления обновления ассортимента продукции предприятия и возможные средства рекламирования новых товаров.

ЗАДАНИЕ 3

Тестирование.

1. Основная цель маркетинга (выберите один правильный ответ):
 - a) удовлетворение потребностей клиентов
 - b) продажа произведенных товаров со склада
 - c) рекламирование продукции

2. К комплексу маркетинга относятся? (выберите несколько правильных ответов)
 - a) политика продвижения
 - b) товарная политика
 - c) инновационная политика
 - d) ценовая политика
 - e) политика распределения

3. Время пребывания товара на рынке с момента его выведения и до снятия с производства и с рынка принято считать (выберите один правильный ответ):
 - a) производственным циклом товара
 - b) петлей качества товара
 - c) жизненным циклом товара

4. Способность товара быть более предпочтительным для потребителей по сравнению с аналогичными товарами конкурентов характеризует (выберите один правильный ответ):
 - a) объем продаж товара
 - b) конкурентоспособность товара
 - c) уникальность товара

5. В содержание маркетинга не входит (выберите один правильный ответ):
 - a) управление персоналом
 - b) выявление потребностей
 - c) стимулирование сбыта

6. Зубная паста является товаром (выберите один правильный ответ):
 - a) повседневного спроса
 - b) импульсивной покупки
 - c) престижным

7. Выберите правильный ответ.

Одно из рекламных обращений сформулировано следующим образом: "Вам следует лишь изменить в паспорте дату своего рождения, все остальное сделаем мы!" Это обращение быстрее принадлежит:

- a) парикмахерской;
- b) дому моделей;
- c) салону красоты;
- d) бассейну

8. Покупателю в условиях инфляции более выгодна (выберите один правильный ответ):

- a) розничная цена.
- b) скользящая цена;
- c) подвижная цена;
- d) твердая цена;

9. Товар в маркетинге – это (выберите один правильный ответ):

- a) продукт, характеризуемый показателями величины, цены, внешнего вида и прочими атрибутами.
- b) продукт деятельности, который может удовлетворить потребность, и предлагается рынку с целью приобретения, использования или потребления;
- c) продукт деятельности при осуществлении по его поводу сделки купли-продажи;
- d) продукт деятельности, предложенный на рынке по определенной цене и по этой цене, пользующийся спросом;

10. Несмотря на наличие значительного числа определений маркетинга, в каждом из них есть нечто общее, а именно (выберите один правильный ответ):

- a) приоритет производителя;
- b) приоритет конкурента;
- c) приоритет потребителя.
- d) приоритет посредника;