

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКИЙ АВИАЦИОННЫЙ ИНСТИТУТ
(НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)
«МАИ»**

ИНЖЭКИН МАИ
Кафедра №501: *«Производственный менеджмент и маркетинг»*

Вариант №1

тестовых вопросов рубежного контроля по дисциплине «ЭКСПО-МЕНЕДЖМЕНТ»

**для основной образовательной программы «Менеджмент»
по направлению (специальности) подготовки «Производственный менеджмент на
предприятиях высокотехнологичных отраслей промышленности»**

Разработано: Буланцева Л.В.
(*ФИО преподавателя*)

Утверждено на заседании кафедры 501
Протокол № 4
от «29» декабря 2015г.

Москва - 2016г.

Рубежный контроль по модулю «ЭКСПО-МЕНЕДЖМЕНТ»

Целью выполнения рубежного контроля является проверка достижения следующих результатов образования (РО):

- ✓ Знать особенности и методологию предметной области экспо-менеджмента для продвижения имиджа, укрепления репутации, формирования спроса и стимулирования сбыта высокотехнологичных предприятий авиационной промышленности.
- ✓ Уметь выносить аргументированные суждения по вопросам, связанным с управлением выставочной деятельностью предприятия.
- ✓ Уметь формулировать индивидуальные и организационные цели в соответствии с их функциями, типами и предъявляемыми к ним требованиями, а также выявлять взаимосвязь целей с другими элементами системы управления.
- ✓ Уметь использовать методы, приемы, инструменты и технологии предметной области экспо-менеджмента для продвижения имиджа, укрепления репутации, формирования спроса и стимулирования сбыта продукции высокотехнологичных предприятий авиационной промышленности.
- ✓ Владеть способностью к самообразованию и к социальной адаптации.
- ✓ Владеть методами разработки и принятия ответственных экономических решений в соответствии с поставленной задачей.

Тест 1.

Тип: постановка (вставьте пропущенное слово)	
	ответ
№1. КОМПЛЕКСНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЯМИ И СБЫТОМ НА ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ, ВЛИЯЮЩАЯ НА ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖИ, ДЛЯ ВОЗМОЖНО БОЛЕЕ ПОЛНОГО УДОВЛЕТВОРЕНИЯ БЫСТРО МЕНЯЮЩИХСЯ И ВСЕ БОЛЕЕ РАЗНООБРАЗНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ДРУГИХ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ ГРУПП, И ОБЕСПЕЧЕНИЕ НА ЭТОЙ ОСНОВЕ ПРИБЫЛИ И КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ - ЭТОМЕНЕДЖМЕНТ	

Тип: один из многих	
№2. ПОИСК ВОЗМОЖНЫХ АГЕНТОВ И ДИСТРИБЬЮТОРОВ - ЗАДАЧА ФУНКЦИИ ВЫСТАВОЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТА	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
Аналитической	
Информационной	
Коммуникационной	
Сбытовой	
Формирующей	

Тип: строгая логика	
	Ответ («да» или «нет»)
№3. СУЩЕСТВУЮТ ЛИ ВЕДОМСТВЕННЫЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ВЫСТАВОК ПРОДУКЦИИ ВОЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ, А ТАКЖЕ УЧАСТИЯ РОССИЙСКИХ И ИНОСТРАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ТАКИХ ВЫСТАВКАХ	

Тип: один из многих	
№ 4. МНОГОКОМПОНЕНТНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ, ПРОХОДЯЩИЕ В ЧЕТКО УСТАНОВЛЕННЫЕ СРОКИ И С ОПРЕДЕЛЕННОЙ ПЕРИОДИЧНОСТЬЮ, НА КОТОРОМ НЕ ТОЛЬКО ДЕМОНСТРИРУЮТСЯ И ПОЛУЧАЮТ РАСПРОСТРАНЕНИЕ ТОВАРЫ, УСЛУГИ И (ИЛИ) ИНФОРМАЦИЯ, НО И ПРОВОДЯТСЯ СОПУТСТВУЮЩИЕ МЕРОПРИЯТИЯ	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1. Выставка	
2. Выставка-ярмарка	
3. Ярмарка	

	Тип: один из многих
№5. СПЕЦИАЛЬНО ПРЕДНАЗНАЧЕННАЯ И ОБОРУДОВАННАЯ ДЛЯ ВЫСТАВОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕРРИТОРИЯ С РАСПОЛОЖЕННЫМИ НА НЕЙ ЗДАНИЯМИ И (ИЛИ) СООРУЖЕНИЯМИ И НЕОБХОДИМОЙ ИНФРАСТРУКТУРОЙ - ЭТО ВЫСТАВОЧНЫЙ	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1. Ангар	
2. Комплекс	
3. Павильон	

	Тип: один из многих
№6. ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ ВЫСТАВКИ, ВКЛЮЧАЮЩАЯ В СЕБЯ ПЛОЩАДЬ ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ И ОКРУЖАЮЩИЕ ЕЕ ПЛОЩАДИ	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1. Брутто	
2. Нетто	

	Тип: один из многих
№7. УЧАСТНИК ВЫСТАВОЧНОГО МЕРОПРИЯТИЯ, НЕ ИМЕЮЩИЙ СОБСТВЕННЫХ ВЫСТАВОЧНЫХ ПЛОЩАДЕЙ - ЭТО	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1. оператор	
2. соорганизатор	
3. посетитель	
4. экспонент	

	Тип: один из многих
№8. ЮРИДИЧЕСКОЕ ЛИЦО ИЛИ ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ, УЧАСТВУЮЩИЙ В ВЫСТАВКЕ, КОТОРЫЕ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ СВОИХ ЦЕЛЕЙ ВЫСТАВЛЯЕТ ДЛЯ ОБОЗРЕНИЯ И ПОКАЗА В ДЕЙСТВИИ ЭКСПОНАТЫ - ОБРАЗЦЫ ТОВАРОВ И УСЛУГ, ПРИВЛЕКАЯ ДЛЯ ЭТОГО СОБСТВЕННЫЙ, ЧИСЛЯЩИЙСЯ В ШТАТЕ, ИЛИ ВРЕМЕННО НАНЯТЫЙ ДЛЯ РАБОТЫ НА СТЕНДЕ ПЕРСОНАЛ	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1. оператор	
2. соорганизатор	
3. посетитель	
4. экспонент	

	Тип: один из многих
№9. ДЛЯ ОТБОРА ГРУПП ТОВАРОВ - ПРОДУКТОВ И УСЛУГ С ЦЕЛЬЮ ДЕМОНСТРАЦИИ ИХ НА ВЫСТАВКАХ ИСПОЛЬЗУЮТ	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1. ABC – анализ	
2. Портфелио- анализ	
3. SWOT- анализ	

	Тип: один из многих	
№10. ВЫСТАВОЧНАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ, ПОДРАЗУМЕВАЮЩАЯ РАЗРАБОТКУ И РЕАЛИЗАЦИЮ СИСТЕМЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ, КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПОЛОЖЕНИЙ И ДЕЙСТВИЙ, РАССЧИТАННЫХ НА ПЕРИОД ОТ 1 ГОДА ДО 5 ЛЕТ С ЦЕЛЬЮ ДОСТИЖЕНИЯ БУДУЩЕГО УСПЕХА - ЭТО ВЫСТВОЧНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ.....		
Ответы :		Правильный (поставьте +)
4. Оперативный		
5. Стратегический		
6. Тактический		

	Тип: многие из многих	
№ 11. ЦЕЛЬ УЧАСТИЯ В ВЫСТАВКЕ «ПОИСК НА ВЫСТАВКЕ НОВЫХ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СОТРУДНИКОВ» ЯВЛЯЕТСЯ ЦЕЛЬЮ		
Ответы :		Правильный (поставьте +)
1. Второстепенной		
2. Кадровой		
3. Коммуникативной		
4. Организационной		

	Тип: один из многих	
№12. СТРАТЕГИЯ, СВЯЗАННАЯ С ВЫБОРОМ УРОВНЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В ВЫСТАВОЧНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ		
Ответы :		Правильный (поставьте +)
7. Базовая		
8. Конкурентная		
9. Портфельная		

	Тип: многие из многих	
№13. ФОРМЫ УЧАСТИЯ В ВЫСТАВКЕ ПРИ ВЫБОРЕ АКТИВНОЙ ВЫСТАВОЧНОЙ СТРАТЕГИИ		
Ответы :		Правильный (поставьте +)
1. Полное участие		
2. Посещение некоторых значимых для компании выставок и участие в дискуссиях с посетителями и экспонентами, важными для компании		
3. Проведение конкурентной разведки на приоритетных для компании выставках		
4. Участие в деловой программе без выставочного стенда		

	Тип: постановка (вставьте пропущенное слово)	
		ответ
№14. СИТУАЦИЯ КОГДА КОМПАНИЯ СОСРЕДОТАЧИВАЕТ ВНИМАНИЕ НА ОДНОМ ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ ПОДСЕГМЕНТАХ, ИМЕЮЩИХ БОЛЬШУЮ ЧИСЛЕННОСТЬ ЭТО..... ПОДХОД К СЕГМЕНТАЦИИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВЫСТАВКИ		

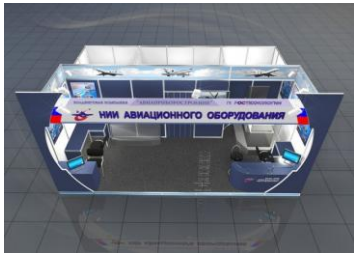
	Тип: многие из многих
№15. СЕГМЕНТАЦИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВЫСТАВКИ ПО КРИТЕРИЮ «ЦЕЛЬ ПОСЕЩЕНИЯ»	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1. Менеджеры среднего звена	
2. Не специалисты	
3. Руководители нижнего звена управления	
4. Руководители высшего звена	
5. Специалисты	

	Тип: постановка (вставьте пропущенное слово)
	ответ
№16. ВЫБОР АТРИБУТОВ КЛЮЧЕВЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ, КОТОРЫЕ ПОЗВОЛЯТ КОМПАНИИ ДИФФЕРЕНЦИРОВАТЬСЯ ОТ ВЫСТАВОЧНЫХ КОНКУРЕНТОВ, А ПОСЕТИТЕЛЯМ, ОТЛИЧАТЬ ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ ТОВАРЫ КОМПАНИИ ОТ ТОВАРОВ КОНКУРЕНТОВ И СТИМУЛИРОВАТЬ ИХ К ПОКУПКАМ - ЭТО ВЫСТАВОЧНОЕ.....	

	Тип: постановка (вставьте пропущенное слово), один из многих
№17. РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ, КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПОЛОЖЕНИЙ И ДЕЙСТВИЙ ОРГАНИЗАЦИОННОГО, ДОГОВОРНОГО И КОММУНИКАЦИОННОГО ХАРАКТЕРА В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕННЫХ РЕСУРСОВ, РАССЧИТАННЫХ НА ПЕРИОД ОТ 1 ГОДА ДО 5 ЛЕТ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ДОСТИЖЕНИЕ ПОСТАВЛЕННЫХ ВЫСТАВОЧНЫХ ЦЕЛЕЙ - ЭТО.....	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
10. Выставочная стратегия	
11. Выставочная тактика	
12. Оперативная выставочная деятельность	

	Тип: Свободное слово
	ответ
№18. СОВОКУПНОСТЬ ИНСТРУМЕНТОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ИЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЦЕЛЕВЫХ СЕГМЕНТОВ В ТОВАРАХ КОМПАНИИ, А ТАКЖЕ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО МНЕНИЯ О НЕЙ, НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИИ ПОЛУЧЕННОЙ НА ВЫСТАВКЕ/АХ И ИЗ ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ, С НЕЙ/С НИМИ СВЯЗАННЫХ.	

	Тип: один из многих
№19. РЕКОМЕНДУЕМЫЙ МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР ПЛОЩАДИ, НЕОБХОДИМЫЙ ДЛЯ РАБОТЫ ОДНОГО СОТРУДНИКА НА СТЕНДЕ	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1. $\geq 5 \text{ м}^2$.	
2. $< 5 \text{ м}^2$.	
3. $\geq 7,5 \text{ м}^2$	
4. $< 7,5 \text{ м}^2$	

Тип: один из многих	
№20. ВИД КОНФИГУРАЦИИ СТЕНДА НИИ АВИАЦИОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ НА ВЫСТАВКЕ МАКС	
	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
«Визави»	
Линейный	
Островной	
Полуостровной (торцевой)	
Сквозной	
Угловой	

Тип: один из многих	
№21. ВИД ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ СТЕНДА:	
	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
Нестандартный	
Типовой (бизнес-класса, коллективный)	
Эксклюзивный	

Тип: один из многих	
№22. ЗОНА ВЫСТАВОЧНОГО СТЕНДА, ПРЕДНАЗНАЧЕННАЯ ДЛЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ КОНТАКТОВ С ПОСЕТИТЕЛЯМИ	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
Информационная	
Презентационная	
Переговорная	
Подсобная	
Ресепшн	

	Тип: один из многих
№23. САМЫЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ КАНАЛ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ ОБ УЧАСТИИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ВЫСТАВОЧНОМ МЕРОПРИЯТИИ ПЕРЕД ЕГО НАЧАЛОМ	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
Прямая раздача информационных материалов у офиса компании	
Прямые контакты и коммуникации в деловой и профессиональной среде	
СМИ	
Специально организованные мероприятия	

	Тип: один из многих
№24. ТРЕБУЕМАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ СТРЕНДИСТОВ ДЛЯ РАБОТЫ НА ВЫСТАВОЧНОМ СТЕНДЕ ПРИ СЛЕДУЮЩИХ УСЛОВИЯХ: Выставка работает ежедневно с 10.00-19.00 с субботы по среду. Продолжительность одного эффективного контакта с посетителем на выставке составляет 15 минут. Прогнозируемое число потенциальных посетителей – 1000 чел, по прошлым выставкам известно, что из них только 90 % посетят стенд, а целевых среди них будет 50%.	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1 чел.	
2 чел.	
3 чел.	
4 чел.	
5 чел.	

	Тип: один из многих
№25. ТРЕБУЕМАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ СТРЕНДИСТОВ ДЛЯ РАБОТЫ НА ВЫСТАВОЧНОМ СТЕНДЕ ПЛОЩАДЬЮ 15 М ²	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1 чел.	
2 чел.	
3 чел.	
4 чел.	
5 чел.	

Тип: один из многих	
№26. СПРОГНОЗИРУЙТЕ БУДУЩИЙ ДОХОД КОМПАНИИ ОТ ПРЕДПОЛАГАЕМЫХ ПРОДАЖ ЕЕ ТОВАРОВ СТАРЫМ КЛИЕНТАМ, ПОСЕТИВШИМ ВЫСТАВКУ ПО СЛЕДУЮЩИМ ДАННЫМ: Предполагается разослать 20 штук приглашений постоянным клиентам на посещение стенда компании на выставке. По опыту прошлых выставок известно, что 20% постоянных клиентов, которым высылались приглашения, сделали заказы сразу на стенде и в течение первого месяца после нее. В среднем старый клиент, сотрудничает с компанией в течение 4 лет. Средний объем заказа составлял \$500 000.	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
\$5 000 000	
\$6 000 000	
\$7 000 000	
\$8 000 000	
\$9 000 000	

Тип: один из многих	
№27. СПРОГНОЗИРУЙТЕ БУДУЩИЙ ДОХОД КОМПАНИИ ОТ ПРЕДПОЛАГАЕМЫХ ПРОДАЖ ЕЕ НОВЫМ КЛИЕНТАМ, ПОСЕТИВШИМ ВЫСТАВКУ ПО СЛЕДУЮЩИМ ДАННЫМ: Выставка работает ежедневно с 10.00-19.00 со вторника по пятницу.. На стенде одновременно будут работать 2 стендиста, каждый из которых осуществляет 5 контактов/час. Предполагается, что только 20 % посетителей стенда будут принадлежать к целевой аудитории, с 15% из которых могут быть совершены сделки (опыт прошлых участия в выставках). Ожидаемый период продаж товара, привлеченным на выставке клиентам после ее окончания, составит три месяца. Объем средней единичной продажи составляет \$8000, средний потребитель сотрудничает с компанией в течение 5 лет.	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
\$1000 000	
\$1020 000	
\$1040 000	
\$1060 000	

Тип: многие из многих	
№28. ПРИЧИНЫ ПЛОХОЙ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА НА ВЫСТАВОЧНОМ СТЕНДЕ КОМПАНИИ	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
1. Бесконтрольность	
2. Запрет на разговоры по сотовому телефону по личным вопросам	
3. Незнание целей	
4. непонимание разницы в количестве и качестве достигнутых результатов работы	
5. Отсутствие поставленных задач	
6. Плохо организованный досуг после работы	

Тип: формирование последовательности	
№ 29. ЭТАПЫ ПРОЦЕССА МОТИВАЦИИ ЦЕЛЕВЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ К ДЕЙСТВИЮ ПРИ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА ВЫСТАВОЧНОМ СТЕНДЕ	
Ответы :	Расставьте цифры в порядке следования от (1) до (5) из первого столбца
1. Возбудить интерес	
2. Вселить уверенность в правильности выбора	
3. Вызвать желание приобрести	
4. Мотивировать к действию	
5. Привлечь внимание	

Тип: постановка (вставьте пропущенное слово), один из многих	
№30. СОВОКУПНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА РЕШЕНИЕ ТЕКУЩИХ ЗАДАЧ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ ВЫСТАВОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В СООТВЕТСТВИИ С УСТАНОВЛЕННЫМИ РЕГЛАМЕНТАМИ С ЦЕЛЬЮ ДОСТИЖЕНИЯ ТЕКУЩИХ, ТАКТИЧЕСКИХ И СТРАТЕГИЧЕСКИХ ВЫСТАВОЧНЫХ ЦЕЛЕЙ- ЭТО.....МЕНЕДЖМЕНТ	
Ответы :	Правильный (поставьте +)
Оперативный	
Стратегический	
Тактический	