

**ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ-ЭКЗАМЕН ДЛЯ ВЫПУСКНИКОВ БАКАЛАВРИАТА
(ФИЭБ)**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ПИМ

ЧАСТЬ 1 ПИМ

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Задание (установите соответствие между нумерованными объектами в формулировке задания и вариантами ответов)

Установите соответствие между видом коммерческой переписки и ее сущностью.

1. Запрос
2. Предложение (оферта)
3. Рекламация

Варианты ответов:

- 1) предварительное соглашение, содержащее основные положения будущей сделки
- 2) обращение покупателя к продавцу с просьбой дать подробную информацию о товарах
- 3) предъявление претензии к стороне, нарушившей принятые на себя по контракту (договору) обязательства
- 4) формальное предложение заключить коммерческую сделку, содержащее все существенные условия соглашения

Дисциплина «Логистика»

Задание (установите правильную последовательность в предложенной совокупности ответов)

Установите правильную последовательность поставщиков в порядке убывания в соответствии с полученным ими рейтингом:

Критерий	Удельный вес	Оценка поставщика 1	Оценка поставщика 2	Оценка поставщика 3	Оценка поставщика 4
Надежность поставки	0,5	2	1	3	1
Цена	0,3	1	2	1	3
Качество товара	0,2	1	3	1	2

Варианты ответов:

- 1) Поставщик 2
- 2) Поставщик 4
- 3) Поставщик 3
- 4) Поставщик 1

Дисциплина «Маркетинг»

Задание (укажите не менее двух вариантов ответов)

Суть концепции «социально-этического» маркетинга заключается в том, что в основу деятельности организации должно быть заложено ...

Варианты ответов:

- 1) оказание востребованных рынком услуг
- 2) производство экологически чистых товаров
- 3) производство современной и модной продукции
- 4) производство товаров, безопасных для потребителя и окружающей среды

Дисциплина «Организация технология и проектирование предприятий»

Задание (укажите не менее двух вариантов ответов)

В «золотом треугольнике» торгового зала целесообразно размещать товары ...

Варианты ответов:

- 1) импульсивного спроса
- 2) повседневного спроса
- 3) недорогие
- 4) спрос на которые надо активизировать

Дисциплина «Товароведение потребительских товаров»

Задание (укажите не менее двух вариантов ответов)

К сахаристым кондитерским изделиям относятся ...

Варианты ответов:

- 1) вафли
- 2) пастила
- 3) пряничные изделия
- 4) ирис

Дисциплина «Экономика организации (в сфере торговли)»

Задание (введите ответ в поле)

Совокупность израсходованных торговым предприятием денежных ресурсов на осуществление каких-либо хозяйственных операций в пределах экономической необходимости за определенный период называется ... (Введите слово в форме соответствующего падежа.)

Введите ответ

ЧАСТЬ 2 ПИМ

Кейс-задание

(Вид профессиональной деятельности: организационно-управленческая)

Задание

В сегменте «жевательные конфеты и мармелад» одним из самых крупных брендов являются жевательные конфеты Skittles, компании Wrigley (Mars inc.). Skittles имеет долю 11% в сегменте «жевательных конфет и мармелада», занимая вторую позицию после Fruittella (рис. 1). Однако конфеты Fruittella представлены на рынке, как в формате жевательных конфет, так и мармелада, в то время как Skittles сфокусирован на производстве исключительно жевательных конфет.

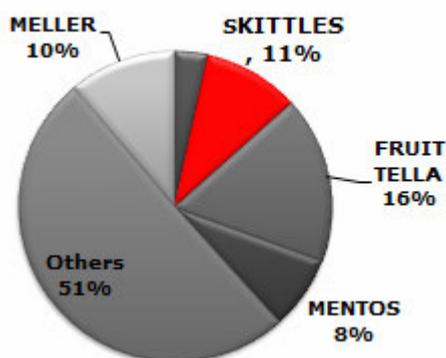


Рис. 1. Доля рынка брендов сегмента «жевательные конфеты и мармелад» (по данным Nielsen, 2016)

Из рисунка 1 видно, что даже торговые марки, занимающие лидирующие позиции в сегменте, достигают не более 16% доли рынка, а более 51% приходится на небольшие бренды локальных производителей.

Жевательные конфеты Skittles появились в России в 2002 году. Они не имеют аналогов на рынке, так как обладают уникальной технологией производства, которую очень сложно повторить. В пачке 5 разных фруктовых вкусов, каждая конфета имеет мягкий центр и твердую глазурь, брендированную буквой «s». Сегодня портфель марки представлен двумя форматами и продается в четырех вкусах (рис. 2):



Рис. 2. Портфель жевательных конфет Skittles в России

У бренда Skittles есть свои отличительные характеристики:

Целевая аудитория – подростки и молодые люди 14–25 лет.

Позиционирование – Skittles открывает мир с необычной стороны, показывает, что в обычной реальности могут существовать самые непредсказуемые вещи.

Девиз бренда – «Со Skittles всегда ожидай самого неожиданного!».

Skittles является лидером по поддержке на ТВ в категории кондитерских изделий и обладает самой высокой узнаваемостью среди конкурентов. Это один из самых популярных брендов среди молодежи не только во всем мире, но и в России, его группа в социальной сети «ВКонтакте» насчитывает более 700 тыс. подписчиков.

Краткое содержание информации	Приложение	Файл
Кондитерская категория прикассовой зоны торгово-розничных предприятий (по данным Nielsen, 2016)	Приложение 2k2_Pril1	2k2_Pril1.doc
PEST-анализ факторов, влияющих на рынок кондитерских изделий и сегмент «жевательных конфет и мармелада», 2016 г.	Приложение 2k2_Pril2	2k2_Pril1.doc
План рекламной кампании по продвижению жевательных конфет Skittles в Интернете и в социальных сетях на 2017 г.	Приложение 2k2_Pril3	2k2_Pril1.doc

Подзадача 1 (укажите не менее двух вариантов ответов)

На основании анализа трех типов кондитерских категорий товаров, располагающихся в прикассовых зонах торгово-розничных организаций, определите прямых конкурентов компании Wrigley (Mars inc.), выпускающей продукцию под брендом Skittles.

При решении задания используйте файл 2k2_Pril1.doc.

Варианты ответов:

- 1) Tic-Tac
- 2) Бон Пари
- 3) Fruittella
- 4) Halls
- 5) Haribo
- 6) Orbit
- 7) Starburst
- 8) Rondo

Подзадача 2 (установите правильную последовательность в предложенной совокупности ответов)

Установите правильную последовательность управленческих решений и дальнейших действий маркетологов, связанных с размещением рекламного видеоролика бренда Skittles на странице сообщества потребителей жевательных конфет данной марки. Рекламный ролик должен быть размещен только в одной из известных социальных сетей, являющейся наиболее популярной и востребованной у целевой аудитории бренда Skittles.

Варианты ответов:

- 1) разработка рекламного ролика бренда Skittles
- 2) выявление наиболее популярной социальной сети у целевой аудитории бренда Skittles
- 3) оценка эффективности и составление отчета о реализации проекта
- 4) определение целевой аудитории бренда Skittles (молодежь, 14–25 лет)
- 5) мониторинг количества просмотров рекламного ролика бренда Skittles
- 6) подсчет числа «лайков», которые наберет рекламный ролик у пользователей социальной сети
- 7) размещение рекламного ролика на странице

Подзадача 3 (установите соответствие между нумерованными объектами в формулировке задания и вариантами ответов)

Установите соответствие между выявленными в ходе проведения PEST-анализа факторами макросреды, оказывающими воздействие на рынок кондитерских изделий, и их отражением в деятельности компании Wrigley (Mars inc.), выпускающей продукцию под брендом Skittles.

1. Политические факторы
2. Экономико-демографические факторы
3. Социокультурные факторы
4. Технологические факторы

При решении задания используйте файл 2k2_Pril2.doc.

Варианты ответов:

- 1) возможные серьезные ограничения поставок продукции под брендом Skittles в страны Таможенного Союза стран ЕАЭС (Евразийского экономического союза)
- 2) возможные санкции для американских компаний, осуществляющих деятельность на территории России
- 3) запрет на рекламирование продуктов, содержащих сахар, среди детей и подростков
- 4) возможность производства новых уникальных текстур конфет
- 5) отказ потребителей от покупок продуктов, не являющихся товарами первой необходимости
- 6) увеличение бюджетных расходов компании Wrigley (Mars inc.) на развитие бренда Skittles и повышение объемов продаж

Подзадача 4 (введите ответ в поле)

Дистрибьютор производственного предприятия Wrigley (Mars inc.) компания ООО «Планета радости» планирует получить 1250000 руб. прибыли от продажи 38-граммовых упаковок жевательных конфет Skittles через торговую сеть «Магнит» в г. Москве, в ноябре месяце, применяя затратный метод ценообразования. Закупочная цена жевательных конфет Skittles у производителя составляет 15 руб. за одну 38-граммовую упаковку. Объем закупок – 150000 упаковок. Затраты на приобретение всей партии конфет Skittles – 2250000 руб. Общие затраты дистрибьютора – 3250000 руб. Используя метод целевой прибыли, маркетологи ООО «Планета радости» смогут установить цену за одну упаковку Skittles на уровне _____ рубля(-ей).

Введите ответ

Подзадача 5 (введите ответ в поле)

Планируемая выручка компании Wrigley (Mars inc.) от продажи жевательных конфет Skittles в 2017 году составляет 340 млн руб. при полной себестоимости продукции в 312,25 млн руб. Для достижения поставленной цели маркетологами компании-производителя, в рамках сформированного маркетингового плана, был разработан бюджет рекламной кампании по продвижению жевательных конфет Skittles в Интернете и социальных сетях.

Индекс возврата инвестиций (ROI), определяемый как отношение разницы между выручкой, себестоимостью товаров и затратами на продвижение к сумме расходов на рекламную кампанию (затраты на продвижение) составит _____%.

При решении задания используйте файл 2k2_Pril3.doc.

Введите ответ

Кондитерская категория прикассовой зоны торгово-розничных предприятий
(по данным Nielsen, 2016)



**PEST-анализ факторов, влияющих на рынок кондитерских изделий
и сегмент «жевательных конфет и мармелада», 2016 г.**

Факторы	Содержание
Политические	Напряженные политические отношения с США (-)
	Победа Дональда Трампа на президентских выборах в США (+/-)
Экономико-демографические	Финансовый кризис (-)
	Снижение роста благосостояния населения (-)
	Резкое изменение курса валют (+/-)
Социокультурные	Популярность здорового образа жизни (-)
	Борьба с проблемой лишнего веса (-)
Технологические	Широкое распространение и использование глобальной компьютерной сети Интернет и социальных сетей (+)
	Новые технологии производства (+)

**План рекламной кампании по продвижению жевательных конфет Skittles
в Интернете и в социальных сетях на 2017 г.**

2017 год	Продвижение в соц. сетях	СМС- рассылка	SEO	E-mail	Контекстная реклама	Поддержка сайта	Всего
Январь	144 005	161 726	152 673	124 925	180 865	55 250	
Февраль	144 100	161 726	153 789	124 876	180 293	55 250	
Март	144 303	162 926	153 998	124 995	180 926	55 250	
Апрель	145 198	163 190	155 998	124 995	181 378	55 250	
Май	145 498	163 536	155 998	125 995	181 982	55 250	
Июнь	145 588	164 794	156 881	127 789	182 873	55 250	
Июль	145 620	164 794	158 838	127 934	184 172	55 250	
Август	145 689	165 794	158 799	127 555	184 281	55 250	
Сентябрь	145 888	167 571	158 888	127 995	184 019	55 250	
Октябрь	145 984	167 344	158 888	127 995	188 378	55 250	
Ноябрь	145 995	168 745	158 888	128 997	188 068	55 250	
Декабрь	145 997	168 854	158 997	129 949	188 265	55 250	
Σ	1 743 865	1 981 000	1 882 635	1 524 000	2 205 500	663 000	10 000 000