

Мамандық бойынша тест: 2-пән

1. Мәдени-тынығу мекемелері маркетингтігі басқару және бақылау функциялары:

- A) сатып алушыларды зерттеу
- B) стратегиялық және тактикалық жоспарлау
- C) қызметтерді талдау
- D) баға саясатын құрастыру мен іске асыру
- E) маркетингті басқару
- F) жаңа қызметтерді құрастыруын ұйымдастыру
- G) бәсекелестерді зерттеу
- H) сұранымды қалыптастыру

2. Мәдени-тынығу мекемелерінде мазмұны бойынша құжаттардың түрлері:

- A) қарапайым
- B) жекеше
- C) кіріс,шығыс
- D) мерзімсіз
- E) мерзімді,
- F) күрделі
- G) типтік
- H) сыртқы,ішкі

3. Адаптивтік маркетинг стратегиясы:

- A) іскерліктің барлық түрлері бойынша қызметтерді шетелдік лицензиялауды шарттайды
- B) мекеме іскерлігінің нарықтағы позициясын есепке ала отырып,нарықтағы жағдайларға икемді бейімделуін шарттайды
- C) қызметтер мен технологиялар түрлерін,қызмет бәсекеге қабілеттілік деңгейін жоғарлату тәсілдерін анықтауға бағытталынған
- D) шетелдіктердің тұтынуларын қанағаттандыруға өндірісті бағдарлауды қарастырады
- E) уақытылы түзету мақсатында жоғарғы басшыларымен іскерлік пен қызметтер түрлеріне тұрақты бақылауды шарттайды
- F) даму мен қызмет етудің тұрақты қарқындарын қамтамасыз ету мақсаттарын іске асыруға бағытталған
- G) оперативті-шаруашылық іскерлігін ұйымдастыру жолымен жоспарлау нәтижелері мен жоспарды орындау негізінде мекеменің мүмкіншіліктерін айқындауға бағытталынған
- H) қызмет сапасын жоғарлатуға және жекешелендіруге бағытталған

4. Мәдени-тынығу мекемелерінде ремаркетинг көмегімен шаралар өткізу:

- A) жарнама жұмыс көлемін қысқарту
- B) жарнама жұмысын күшейту немесе жоспарын құру
- C) жаңа нарықтарға қайта бағдарлану
- D) сұранымның жоқтық себептерін айқындау
- E) жаңа сапа деңгейінде қызметтерді құру
- F) сұраным ауытқуын азайту, сұраным ауытқу қарсы фазасында қажеттіліктерді басқару
- G) тиімді жарнама құрастыру

5. М. Портер бойынша бәсекеге қабілеттіліктің дамыған факторлары:

- A) шетел инвесторлар саны
- B) жоғарғы технологиялар
- C) жоғарғы кәсіби мамандар
- D) саяси жағдайы
- E) ақпарат алмасуының заманауи инфрақұрлымы
- F) кәсіби емес және жартылай кәсіби жұмыс күші
- G) табиғи ресурстар, климаттық жағдайлар
- H) елдің географиялық жағдайы

6. Әрекеттердің мазмұнына қарай мәдени-тынығу мекемелерінің жоспарлары:

- A) тақырыптық жоспарлар
- B) қызметкерлердің біліктіліктерін жоғарлату жоспарлары
- C) жеке жоспарлар
- D) нұсқаулық жоспарлар
- E) жылдық жоспарлар
- F) қаржыландыру жоспарлары
- G) тоқсандық жоспарлар
- H) стратегиялық жоспарлар

7. Маккоби жіктемесіне сәйкес, жұмыскердің типі түріндегі «джунглидегі ноян» маманның ерекшеліктері:

- A) жалпы этика мен мекеменің корпоративтік мәдениетінің негізгі тасымалдаушылары
- B) «жоюға» тұрақты күрес
- C) тұлғааралық үйлесімділікті, тамаша мінез-психологиялық климатты бағалайды
- D) барлығында және үнемі жарыстықты іздейді
- E) нақты мәселелерді шешуде бірінші орынға сапаны, шеберлікті қою
- F) тұлғааралық қарым-қатынасқа қарағандағы нақты шаруалардың басымдығы
- G) жаңашылдыққа бағдарланады
- H) тәуекелден гөрі мұқият есептесуді енжарлайды

8. Мәдениет мекемелеріндегі ақпараттар жүйесінің элементтері:

- A) мекеме
- B) мемлекет
- C) субъект
- D) мәліметпен жұмыс істейтін қызметкерлер тобы
- E) нормативтер
- F) айналымдағы ақпарат желілері (каналдары)
- G) объект
- H) ақпараттар қоры

9. Мәдениет мекемелеріндегі көбінесе ақпаратты сипаттайтын ұғымдар:

- A) статистикалық нәтижелер
- B) нормативтер
- C) деректер
- D) хабарлама
- E) жарнама
- F) сауалнамалар
- G) коэффициенттер
- H) мәліметтер

10. Маркетингтік коммуникация ретіндегі брендингтің құралдары:

- A) телемаркетинг
- B) event-шаралар
- C) сауда көрмелері мен жәрмеңкелер
- D) семинарлар
- E) пошта
- F) opt-in маркетинг
- G) танымал тұлғалармен кездесу
- H) сауда марка