Sprawdzian z finansów firmy, marketingu i CSR **Grupa B**

Biznes i zarządzanie: źródła finansowania, marketing mix i społeczna odpowiedzialność biznesu

Imię i nazwisko: _____

Klasa: _____

Data: _____

Punkty: _____ / 17

10 zadań, 17 pkt. Czytaj uważnie polecenia. W zadaniach otwartych pisz pełnymi zdaniami.

Zadanie 1. (0–1 pkt)

Sprzedaż odtwarzaczy DVD produkowanych przez firmę elektroniczną od kilku lat systematycznie spada, klienci przechodzą na serwisy streamingowe, a firma ogranicza nakłady na promocję tego produktu i rozważa wycofanie go z oferty. Dokończ zdanie. Zaznacz właściwą odpowiedź spośród podanych. Opisany produkt znajduje się w fazie cyklu życia produktu nazywanej fazą

(A) wprowadzenia.
(B) wzrostu.
(C) dojrzałości.
(D) schyłku.

Zaznacz jedną poprawną odpowiedź.

Zadanie 2. (0–1 pkt)

Firma obuwnicza kieruje odrębne kampanie reklamowe do biegaczy amatorów i do osób szukających obuwia wyjściowego, dostosowując język i kanały komunikacji do każdej z tych grup. Jest to przykład:

(A) dywersyfikacji produkcji na nowe branże
(B) segmentacji rynku i różnicowania oferty
(C) integracji pionowej z dostawcami surowców
(D) dumpingu cenowego na rynkach zagranicznych

Zaznacz jedną poprawną odpowiedź.

Zadanie 3. (0–1 pkt)

Nowa marka napojów chce szybko zbudować rozpoznawalność i zdobyć klientów w segmencie, w którym działają znani producenci. Jaką politykę cenową najczęściej stosują w takiej sytuacji nowe firmy?

(A) celowo zaniżoną cenę na wejście na rynek
(B) cenę wyższą niż u liderów, aby budować elitarność
(C) cenę równą cenie lidera bez żadnych promocji
(D) częste podwyżki cen w pierwszym roku sprzedaży

Zaznacz jedną poprawną odpowiedź.

Zadanie 4. (0–1 pkt)

Wskaźnik rentowności sprzedaży (ROS) informuje o tym:

(A) ile razy firma obróciła swoim majątkiem w ciągu roku
(B) jaką część aktywów firmy sfinansowano kapitałem obcym
(C) jak szybko firma reguluje swoje zobowiązania wobec dostawców
(D) jaka część przychodów ze sprzedaży pozostaje firmie jako zysk

Zaznacz jedną poprawną odpowiedź.

Zadanie 5. (0–1 pkt)

Firma produkująca odzież sportową postanowiła część zysku przeznaczyć na finansowanie lokalnego klubu sportowego dla dzieci z niezamożnych rodzin, nie oczekując z tego bezpośredniej korzyści reklamowej. Taki rodzaj działalności najlepiej określa pojęcie:

(A) Dumping cenowy (sprzedaż poniżej kosztów)
(B) Integracja pozioma (łączenie konkurentów)
(C) Segmentacja rynku (podział na grupy)
(D) Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)

Zaznacz jedną poprawną odpowiedź.

Zadanie 6. (0–4 pkt)

Dopasuj element marketingu-mix (4P) do decyzji, którą on obejmuje.

1. Produkt (Product)	...	A. Decyzja o sprzedaży produktu wyłącznie przez własny sklep internetowy, bez pośredników
2. Cena (Price)	...	B. Decyzja o rabacie 10% przy zakupie dwóch sztuk produktu
3. Dystrybucja (Place)	...	C. Decyzja o uruchomieniu kampanii reklamowej w mediach społecznościowych
4. Promocja (Promotion)	...	D. Decyzja o wprowadzeniu nowego wariantu smakowego jogurtu i zmianie jego opakowania

Przy każdym numerze wpisz literę pasującego elementu.

Zadanie 7. (0–2 pkt)

Producent zabawek drewnianych dla dzieci reklamuje swoje produkty hasłem „100% bezpieczne dla każdego dziecka", mimo że nie przeprowadził żadnych niezależnych badań ani testów bezpieczeństwa potwierdzających ten przekaz. Oceń, czy taka reklama jest zgodna z zasadami etyki biznesu, i uzasadnij swoją odpowiedź.

Zadanie 8. (0–2 pkt)

Regionalna rozlewnia wprowadza na rynek nową markę wody mineralnej z naturalnymi aromatami owocowymi, skierowaną do młodych, aktywnych mieszkańców dużych miast. Zaproponuj po jednym konkretnym działaniu dla każdego z czterech elementów marketingu mix (produkt, cena, dystrybucja, promocja), spójnym z grupą docelową.

Zadanie 9. (0–2 pkt)

Opis sytuacji. Właściciel firmy sprzedającej suplementy diety zaproponował agencji reklamowej hasło kampanii: „Nasze kapsułki leczą przeziębienie w dwa dni". Suplement nie jest lekiem i nie ma badań potwierdzających takie działanie. Właściciel argumentuje, że hasło zwiększy sprzedaż, a klienci „i tak wiedzą, że to tylko reklama". Rozstrzygnij, czy zastosowanie tego hasła jest zgodne z prawem i etyką biznesu, i uzasadnij swoje stanowisko, odwołując się do dwóch argumentów.

Zadanie 10. (0–2 pkt)

Właściciel małej lodziarni rzemieślniczej zestawił swoje miesięczne koszty: czynsz za lokal, składniki (mleko, śmietana, owoce), opakowania i łyżeczki, ubezpieczenie lokalu, abonament za terminal płatniczy oraz prowizja 5% od każdej transakcji kartą. Podziel te koszty na stałe i zmienne oraz wyjaśnij, na czym polega różnica między tymi dwiema grupami.

Rozwiąż ten sprawdzian online, z wyjaśnieniem każdej odpowiedzi: matury-online.pl/sprawdzian/biznes-zarzadzanie/finanse-firmy-marketing-i-csr