

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 29.04.2026 16:26:37

Уникальный идентификатор:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Цель оценить уровень усвоения знаний по программе.

Процедура: тестирование проводится с использованием «Системы управления обучением СГЭУ». Слушателям предлагается для ответа 20 вопросов по разделам программы, предполагающие выбор варианта ответа.

1. Какой тип региональной дилерской политики предполагает наличие нескольких независимых дилеров одного бренда на одной территории?

- а) Эксклюзивная модель
- б) Мультидилерская модель +
- в) Монобрендовая модель
- г) Франчайзинговая модель

2. Что из перечисленного является основным критерием для открытия регионального склада компании?

- а) Наличие офиса у дилера
- б) Оборот региона и логистическая доступность +
- в) Количество жителей в регионе
- г) Пожелания дилера

3. На каком этапе воронки привлечения дилеров происходит проверка финансовой состоятельности потенциального партнера?

- а) На этапе первичного контакта
- б) На этапе квалификации +
- в) На этапе подписания договора
- г) На этапе запуска

4. Какой показатель НЕ является типичным KPI для оценки эффективности дилера?

- а) Оборот
- б) Маржинальность
- в) Дебиторская задолженность
- г) Количество сотрудников дилера +

5. Что такое антидемпинговая политика в контексте управления дилерской сетью?

- а) Поощрение дилеров за низкие цены
- б) Система мер, предотвращающих необоснованное занижение цен дилерами +
- в) Запрет на продажу товаров ниже себестоимости производителя
- г) Обязательство дилеров продавать товар только по максимальной цене

6. Какая стратегия работы с маркетплейсами позволяет минимизировать ценовые риски для дилерской сети?

- а) Присутствие всех SKU на всех площадках
- б) Ограничение SKU и отдельная ценовая политика для маркетплейсов +
- в) Запрет дилерам торговать на маркетплейсах
- г) Демпинг со стороны производителя

7. Какой метод анализа позволяет разделить дилеров или ассортимент на группы по вкладу в оборот?

- а) SWOT-анализ
- б) XYZ-анализ

в) ABC-анализ +

г) PEST-анализ

8. Что из перечисленного относится к «красным флагам» (факторам риска) при подключении нового дилера? (несколько вариантов)

а) Наличие опыта работы на рынке

б) Отсутствие собственных оборотных средств +

в) Непрозрачная структура бизнеса +

г) Наличие современного сайта

д) Судебные споры и долги в прошлом +

9. Какой инструмент мотивации дилеров направлен на долгосрочное сотрудничество и партнерские отношения?

а) Разовый бонус за первый заказ

б) Совместные маркетинговые активности и обучение +

в) Минимальная базовая скидка

г) Штрафы за невыполнение плана

10. Какой сценарий роста дилерской сети предполагает максимальные инвестиции и минимальные сроки выхода на новые рынки?

а) Консервативный

б) Умеренный

в) Агрессивный +

г) Стагнационный

11. Что такое РРЦ в контексте дилерской политики?

а) Региональный расчетный центр

б) Рекомендуемая розничная цена +

в) Реальный розничный чек

г) Резерв расходных материалов

12. Какое действие следует предпринять при выявлении систематического нарушения РРЦ дилером?

а) Поощрить дилера за высокие продажи

б) Снизить дилеру базовую скидку или применить санкции +

в) Опубликовать цены дилера как ориентир для других

г) Игнорировать, если продажи растут

13. Что является основной целью введения минимального оборота для партнера?

а) Увеличение количества дилеров

б) Отсев неэффективных и непрофильных партнеров +

в) Рост цен для конечного потребителя

г) Усложнение входа на рынок для новых игроков

14. Какой показатель характеризует скорость продажи товарных запасов дилера?

а) Маржинальность

б) Дебиторская задолженность

в) Оборачиваемость +

г) Товарный кредит

15. В каком разделе учебной программы рассматриваются вопросы борьбы с демпингом со стороны дилеров через онлайн-площадки?

а) Региональная дилерская политика

б) Мотивация и лояльность дилеров

в) Маркетплейсы как игрок рынка и ценовой риск +

г) Контроль дилерской сети

16. Какой организационной роли соответствует задача «контроль соблюдения РРЦ на закрепленной территории»?

- а) Генеральный директор
- б) Региональный менеджер +
- в) Бухгалтер
- г) Руководитель отдела закупок

17. Что из перечисленного является целью проведения ABC/XYZ-анализа в дилерской сети?

- а) Определение среднего чека
- б) Оптимизация ассортимента и управление товарными запасами +
- в) Расчет заработной платы менеджеров
- г) Оценка эффективности рекламной кампании

18. Какая модель работы с дилером подразумевает, что производитель вкладывается в складскую инфраструктуру региона?

- а) Эксклюзивная модель с поддержкой +
- б) Мультидилерская модель без поддержки
- в) Агентская модель
- г) Онлайн-торговля напрямую потребителю

19. Расставьте правильную последовательность этапов плана действий на 12 месяцев:

- а) Запуск регионов по проекту
- б) Разработка стандартов и договоров
- в) Масштабирование
- г) Аудит и корректировка

Правильный ответ: б, а, в, г

20. Какой инструмент мотивации дилеров направлен на долгосрочное сотрудничество и партнерские отношения?

- а) Разовый бонус за первый заказ
- б) Совместные маркетинговые активности и обучение +
- в) Минимальная базовая скидка
- г) Штрафы за невыполнение плана

5.1 Шкала и критерии тестирования

Минимальный ответ (% правильных ответов) и оценка 2	Изложенный раскрытый ответ (% правильных ответов) и оценка 3	Законченный, полный ответ (% правильных ответов) и оценка 4	Образцовый, достойный подражания ответ (% правильных ответов) и оценка 5
50% и менее	51-71%	72-92%	93-100%