

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
КАФЕДРА АВІАЦІЙНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

**ТИПОВІ ТЕСТИ**

з дисципліни «Психологія маркетингової діяльності»

за спеціальністю 053 «Психологія»

Укладач:  
професор кафедри авіаційної психології  
Оксана ЛИЧ

Комплект тестів розглянутий та схвалений на  
засіданні кафедри авіаційної психології

Протокол № \_\_\_\_ від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Завідувач кафедри

Любов ПОМИТКІНА

Завдання 1

1. Що можна віднести до продуктів?

- а) види діяльності;
- б) ідеї;
- в) послуги;
- г) фізичні предмети;
- г) організації;
- д) люди.

2. Маркетинг розуміється як:

- а) лідерський процес;
- б) соціально-історичний процес;
- в) споживчий процес;
- г) соціально-управлінський процес.

3. Актом отримання від когось бажаного продукту шляхом пропозиції йому чогось натомість, називають:

- а) угода;
- б) обмін;
- в) споживчий ринок;
- г) попит.

4. Головне завдання маркетингу:

- а) надати вибір споживачу;
- б) створити систему знижок;
- в) знайти потребу споживача та задовольнити її;
- г) надати різноманіття товарів споживачу;
- г) створити позитивну атмосферу;
- д) вгадати бажання споживача.

5. Споживачі, які проживають в одній країні можуть відчувати однакову потребу?

- а) Так.
- б) Ні.