

## **LiMA A: Sertifikuotas marketingo specialistas**

### **LiMA A1 MARKETINGO EGZAMINO DEMONSTRACINIS PAVYZDYS**

Jūs turite iš trijų arba keturių atsakymo variantų pasirinkti **teisingiausią** atsakymą. Pažymėti galima **tik vieną atsakymo variantą**.

Atsakymus surašykite lentelėje užduoties gale. Bus vertinama tik atsakymų lentelė nepriklausomai nuo tekste pažymėto atsakymo.

Bandomųjų klausimų skaičius: 20

Teisingi atsakymai skelbiami dokumento pabaigoje.

Draudžiama publikuoti be LiMA raštiško leidimo.

**1 klausimas (1 taškas)**

Pusfabrikačio gamyboje patiriami tokie normalaus proceso kaštai:

2 kg žaliavų, kainuojančių po 10,50 eurų už kg.

Kintami gamybos kaštai 30 eurų.

Fiksuoti kaštai 25 eurai.

Kokie bendri pusfabrikačio kaštai?

- a) 46 eurai
- b) 51 euras
- c) 55 eurai
- d) 76 eurai

**2 klausimas (1 taškas)**

Janas labai džiaugiasi savo NIKE marškinėliais, kadangi jie leidžia jam išsiskirti iš klasės draugų, dėvinčių PUMA arba ADIDAS. Koku NIKE kokybės komponentu džiaugiasi Janas?

- a) Funkcine kokybe
- b) Protine kokybe
- c) Emocine kokybe
- d) Fazine kokybe

**3 klausimas (1 taškas)**

Rinkos segmentavimas yra svarbus terminas marketinge. Kas iš išvardintų **nėra** rinkos segmentavimo privalumas?

- a) Galima gauti privalumų iš masto ekonomijos
- b) Galima geriau planuoti savo reklamos biudžetą
- c) Galima įvertinti, kurios iš tikslinių rinkų teikia geriausias galimybes
- d) Galima nustatyti, kurios produktų versijos turi būti gaminamos

**4 klausimas (1 taškas)**

Kam pagrindė naudojami atmosferiksai (angl. atmospheric)?

- a) Paveikti vartotojo nuotaiką parduotuvėje taip, kad jis pirktų
- b) Sukurti savo produkto žinomumą
- c) Padidinti lojalumą prekės ženklui
- d) Paskatinti pakartotinius pirkimus per tiesioginį marketingą

**5 klausimas (1 taškas)**

„Robobank“ skelbia metines rinkos tendencijų apžvalgas. Viena iš tendencijų – vartotojai teikia vis daugiau reikšmės sveikatai ir išvaizdai. Kokiai veiksmų grupei priklauso ši tendencija?

- a) Ekonominių veiksmų
- b) Ekologinių veiksmų
- c) Socialinių kultūrinių veiksmų
- d) Demografinių veiksmų

**6 klausimas (1 taškas)**

Kokiu marketingo įrankiu verslininkas gali paveikti vartotojų komunikacinę elgseną

- a) kaina
- b) produktu
- c) vieta
- d) rėmimu

**7 klausimas (1 taškas)**

Stairs BV pradėjo reklaminę kampaniją, kurios tikslas – aiškiai atskirti prekės ženklą nuo konkurentų vartotojų sąmonėje. Koks pirminis tokios reklamos tikslas?

- a) Pozicionavimas
- b) Įvaizdžio formavimas
- c) Požiūrio formavimas
- d) Elgsenos keitimas

**8 klausimas (1 taškas)**

*„(...) yra vidinė sistema, leidžianti organizacijai dirbti efektyviau susiejant tokius verslo procesus kaip pirkimas, gamyba, atsargų valdymas, pardavimai ir finansai. Optimaliai koordinuojant šiuos procesus, įmonė valdo kaštus.“*

Kokia sistema čia aprašoma?

- a) Tiekimo grandinės valdymas
- b) Verslo informacinė sistema
- c) Išteklių valdymo sistema (angl. *enterprise resource planning*, ERP)
- d) Ryšių su vartotojais valdymo sistema (angl. *customer relationship management*, CRM)

**9 klausimas (1 taškas)**

Ką reiškia terminas „komplementarūs produktai“?

- a) Produktai, kuriuos vartotojas perka, kai negali įpirkti kitų, brangesnių
- b) Produktai, kuriems išleidžiama daugiausiai disponuojamų pajamų
- c) Produktai, kurie padeda parduoti vieni kitus
- d) Produktai, kurie naudojami drauge, vienas su kitu.

**10 klausimas (1 taškas)**

Kuriam marketingo funkcijai pritaikomas interneto marketingo vadybininko (angl. *online marketer*) apibrėžimas?

- a) Elektroninės parduotuvės vadybininkas
- b) Marketingo vadybininkas
- c) Klientų vadybininkas
- d) Produktų vadybininkas

**11 klausimas (1 taškas)**

STP yra viena pagrindinių marketingo koncepcijų (profesijoje vartojama angliška santrumpa). Ką šioje santrumpoje reiškia „P“ raidė?

- a) Prognozavimą
- b) Problemos sprendimą
- c) Projektavimą
- d) Pozicionavimą

**12 klausimas (1 taškas)**

Kuris iš išvardintų produktų tipų reikalauja tiesioginio paskirstymo kanalo siekiant išvengti galimų tiekimo sutrikimų ir vėlavimų?

- a) Žemų kainų produktai
- b) Aukštų kainų produktai
- c) Produktai, esantys brandos arba smukimo etape
- d) Gendantys produktai

**13 klausimas (1 taškas)**

Kokiai kategorijai priklauso Marktplaats mobili programėlė (angl. *app*)? *Pastaba.* Marktplaats.nl yra skelbimų portalas, skelbiu.lt atitikmuo.

- a) Mobili reklama
- b) Mobili žiniasklaida
- c) Mobili komercija
- d) Mobilios paslaugos

**14 klausimas (1 taškas)**

Kodėl nebūtina išgauti šimtaprocentinio patikimumo iš duomenų, esančių analitinėse sistemose?

- a) Duomenys naudojami tik kaip pagalbinais sprendimams priimti, todėl turimas tikslumas yra pakankamas
- b) Svarbios tendencijos, ne šimtaprocentinis tikslumas
- c. Iš tiesų būtina turėti šimtaprocentinį tikslumą, kitaip nebus įmanoma nustatyti, ar tikslai bus pasiekti
- d) Neįmanoma išgauti šimtaprocentinio tikslumo, duomenys visada bus tik 90-95 % tikslumu

**15 klausimas (1 taškas)**

Kas yra Adware?

- a) Piktybinė (brukalo, angl. *spam*) programėlė, talpinanti nepatvirtintus banerius
- b) Programa, kuri leidžia blokuoti brukalo (angl. *spam*) programas, rodančias nepatvirtintus banerius
- c) Programa, su kuria lengvai galima susikurti savo banerius
- d) Programa, svetainės ar žiniasklaidos priemonės vadybininkui leidžianti valdyti svetainėje pasirodančias reklamas

**16 klausimas (1 taškas)**

Kas iš išvardintų turi būti privalomai įvesta Google My Business paskyroje?

- a) Trijų numerių kodas, esantis puslapio URL, kad Google galėtų parodyti rezultatą organinėje paieškoje
- b) Telefono numeris, kurio pirmieji skaitmenys (kodas) identifikuoja nurodytą vietą.
- c) Fizinis pašto adresas, priskirtas nurodytai vietai.
- d) Registracijos Google Webmaster Tools programoje patvirtinimas

**17 klausimas (1 taškas)**

Ką reiškia santrumpa HTTP?

- a) HyperText Total Protocol
- b) Hyper Total Transport Protocol
- c) HyperText Transfer Protocol
- d) Hyper Transport Text Protocol

**18 klausimas (1 taškas)**

Naujienlaiškių pardavimų konversija skaičiuojama taip:

- a) Užsakymų iš nukreipimo puslapio (angl. *landing page*), nurodyto laiške, skaičius / išsiųstų laiškų skaičius
- b) Užsakymų iš nukreipimo puslapio (angl. *landing page*), nurodyto laiške, skaičius / žmonių, atidariusių laišką, skaičius
- c) Užsakymų iš nukreipimo puslapio (angl. *landing page*), nurodyto laiške, skaičius / žmonių, užėjusių į nukreipimo puslapį, skaičius
- d) Nei vienas iš atsakymų nėra teisingas

**19 klausimas (1 taškas)**

Karina yra žinomo šokolado prekės ženklo marketingo vadybininkė. Siekdama pritraukti tikslinės auditorijos dėmesį, ji planuoja naujo produkto internetinę reklamos kampaniją (angl. *Display ads*). Tikslas – užtikrinti 50 000 atėjimų į naujo produkto puslapį. Kuris iš žemiau nurodytų biudžetų jai būtinas (suapvalintai), kad ji pasiektų savo tikslą, kai parodymų CTR yra 0,23%, o vidutinė CPM kaina yra 5,5 euro?

- a) 120 000 eurų
- b) 1 200 000 eurų
- c) 35 600 eurų
- d) 356 000 eurų

**20 klausimas (1 taškas)**

Nealkoholinio alaus prekės ženklas 0.0 parduodamas 2 600 supermarketuose iš 4 300, esančių Nyderlanduose. Tuose 2 600 supermarketų, kuriuose parduodamas 0.00 prekės ženklas, padaroma 50% šalies nealkoholinio alaus apyvartos. Koks prekės ženklo 0.0 rinkos pasiekimas (angl. *weighed distribution*)?

- a) 30.2 %
- b) 60.5 %
- c) 50 %
- d) 65.4 %

**A1 MODULIO DEMONSTRACINIO TESTO PABAIGA**

Sprendimo laukas.

Surašykite teisingus atsakymus į lentelę

Klausimo Nr.	Atsakymo raidė
01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

Teisingų atsakymų skaičius: \_\_\_\_\_

**Atsakymai**

<b>Klausimo Nr.</b>	<b>Atsakymo raidė</b>
01	D
02	C
03	A
04	A
05	C
06	D
07	A
08	C
09	D
10	A
11	D
12	D
13	C
14	D
15	A
16	C
17	C
18	C
19	A
20	C