

Test: 3735#02#Q15#01 -300 sual

Fənn 3735 - İstehlak bazarının təşkili və idarə edilməsi

1. Sual: Каких из стратегий нужно больше пользоваться с целью влияния на рынок? (Сәкі: 1) **интенсивный маркетинг, стратегия широкого влияния и выбора**

цена, продажа и стратегия продукта

продвижение товара, конкуренция и стратегия коммуникации

все ответы верны

правильного ответа нет

2. Sual: Под влиянием какого экономического закона формируется уровень предложения (Сәкі: 1) **закона предложения**

закона роста предложения

закономерностей роста потребления

закона стоимости

закономерностей роста спроса

3. Sual: Что такое свободный рынок? (Сәкі: 1) **во время заключения торговых соглашений между контрагентами отсутствуют всякие ограничения**

на свободных рынках контрагенты имеют различные удельные веса по различным товарам

на свободных рынках контрагенты вынуждены брать на себя различные обязательства по доставке товаров

на свободных рынках один из контрагентов бывает более свободным во время заключения торговых соглашений

на свободных рынках спрос и предложение балансируются по характеру и уровню

4. Sual: Что входит в составной элемент рынка (Ўэкі: 1) **спрос,**

предложение, цена

производство, потребление

продукт, обмен, сделка

правильного ответа нет

все ответы верны

5. Sual: Каким образом изменится объем спроса, если известно, что коэффициент эластичности равен 1, а цена увеличится на 10%? (Ўэкі: 1)

снизиться на 10%

увеличится на 10%

снизиться на 1%

увеличится на 1%

не изменится

6. Sual: Совокупность свойств и характеристик товара или услуги, относящиеся к их способности удовлетворять существующие или предполагаемые потребности - это ... товара (услуги) (Ўэкі: 1)

ценность

единство

качество

количество

все ответы верны

7. Sual: Ошибочным подходом к позиционированию, в результате которого компания, ее товары или торговые марки утрачивают в глазах потребителей определенную позицию является ... позиционирование (Ѕәкі: 1) **поверхностное**
однобокое
неоднозначное
спекулятивное
все ответы верны

8. Sual: Ошибочным подходом к позиционированию, при котором у потребителей создаётся слишком узкое представление о компании, ее товарах или торговых марках является ... позиционирование (Ѕәкі: 1) **однобокое**
поверхностное
неоднозначное
спекулятивное
недоступное

9. Sual: Ошибочным подходом к позиционированию, при котором у потребителей создаётся путанное представление о компании, ее товарах или торговых марках является ... позиционирование (Ѕәкі: 1) **поверхностное**
однобокое
спекулятивное
недоступное
неоднозначное

10.Sual: Попытка создать у потребителей слишком преувеличенное представление о возможностях компании, достоинствах ее товаров и торговых марок - это ... Позиционирование (Ѕәкі: 1) **спекулятивное**
неоднозначное
поверхностное
однобокое
все ответы верны

11.Sual: Критерии, в соответствии с которыми компании формируют отличительные особенности при позиционировании (Ѕәкі: 1)
защищённость от копирования
значительность
наглядность
неоднозначность
благотворительность

12.Sual: Основные элементы рыночного механизма (Ѕәкі: 1) **взаимосвязь**
спроса, предложения и цены
национальный обмен товаров
все процессы торговой деятельности все процессы торговой деятельности
взаимосвязь спроса и платежеспособного спроса
товарное предложение и денежный обмен

13.Sual: Что такое рынок спроса (Ѕәкі: 1) **рынок, где спроса мало, а предложения много**
рынок, где спроса много, а предложения мало

рынок, где спроса и предложения мало
рынок, где спроса и предложения много
рынок, где спрос и предложение уравниваются друг-друга

14.Sual: Каковы основные функции цены (Ҷаъи: 1) учёт и стимулирование
распределительное
рациональное размещение производства
сбалансирование спроса и предложения
все ответы верны

15.Sual: Какие случаи могут вынудить фирму снизить цену на товар? (Ҷаъи:
1) инфляция
рост качества товара
неполная производственная мощность
рост спроса на товары
все ответы верны

16.Sual: Какая стратегия не относится к стратегии психологического
ценообразования (Ҷаъи: 1) скользящие снижающие цены
неокругленные цены
имиджевая цена
постоянная цена
все ответы верны

17.Sual: Под влиянием каких важных факторов формируется динамика цены
(Ҷаъи: 1) экономических

географических

стратегических и тактических

правильного ответа нет

все ответы верны

18.Sual: Основные виды деятельности компании в «цепочке ценности»

М.Портера (Ќәкі: 1) **обслуживание потребителей**

правовое обеспечение

управление персоналом

производственно-технологические операции

поставка материалов

19.Sual: Уровни взаимоотношений компании с потребителем (Ќәкі: 1)

ответственный и активный

продуктивный и настойчивый

реагирующий и партнерский

базисный

все ответы верны

20.Sual: Выигрышные стратегии позиционирования (Ќәкі: 1) ориентация

на «срединный путь

базисный анализ

концентрация и специализация

абсолютное превосходство по издержкам

верны ответы в) и г)

21.Sual: Для реализации стратегии повышения производительности лидер рынка может осуществить (Ѕәкі: 1) **совершенствование ассортимента продукции и совершенствование структуры затрат**
повышение интенсивности употребления товара
покупку компании-конкурента
привлечение новых потребителей
все ответы верны

22.Sual: Рынок институциональных организаций состоит из: (Ѕәкі: 1)
предприятий и организаций, закупающих товары для их дальнейшей перепродажи
потребителей, закупающих товары для производства других товаров
потребителей, закупающих товары для оказания гуманитарной помощи
потребителей, закупающих товары для личного потребления
потребителей, закупающих товары для ликвидации последствий стихийных бедствий

23.Sual: В зависимости от сферы затрачиваемого капитала выделяют: (Ѕәкі: 1)
1) Коммерческий риск, риск обращения, риск по товарообороту
Коммерческий , торговый риск, риск массового
Производственный,коммерческий (торговый) ,финансовый риск
Производственный, риск продаж,риск покупки
Риск покупки, посреднический риск, риск продаж

24.Sual: Какие личностные требования предъявляются коммерческому работнику? (Ѕәкі: 1) **Готовность рисковать, честность, надежность, верность данному слову; высокие духовные и физические качества,**

ответственность, организаторские способности, упорство, целеустремленность;

Готовность рисковать, честность, надежность, высокие духовные и физические качества, целеустремленность;

Готовность рисковать, честность, надежность, верность данному слову; ответственность

Готовность рисковать, честность, верность данному слову, высокие духовные качества организаторские способности, упорство

Готовность рисковать, верность данному слову, высокие духовные качества

25.Sual: Нормы защиты коммерческой тайны (Ѕәкі: 1) Нормы права, направленные на защиту интересов ее владельцев
Нормы, устанавливаемые руководством предприятия
Специальные структурные подразделения обеспечивающие соблюдение норм

Все вышеуказанные варианты не верны

Все вышеуказанные варианты верны

26.Sual: Понятие этика (Ѕәкі: 1) Система нравственных норм человека поведения, или какой-либо профессиональной группы
Нормы профессионального поведения, или профессиональный этики;
Установленный порядок поведения где либо
Нормы профессионального поведения, или профессиональный этики;
Установленный порядок поведения где либо
Установленный порядок поведения где либо, грамотность, логичность

27.Sual: Понятие «Этикет» (Ќәкі: 1) Установленный порядок поведения где-либо;

Нормы профессионального поведения, или профессиональный этики;

Система нравственных норм человека поведения, или какой-либо профессиональной группы

Нормы профессионального поведения, или профессиональный этики; система нравственных норм человека поведения, или какой-либо профессиональной группы;

Установленный порядок поведения где либо профессиональной группы; нормы профессионального поведения, или профессиональный этики

28.Sual: Рынок средств потребления состоит из (Ќәкі: 1) предприятий и

организаций, закупающих товары для их дальнейшей перепродажи

потребителей, закупающих товары для перепроизводства

потребителей, занимающихся производством средств потребления

потребителей, закупающих товары для личного потребления

потребителей, закупающих товары для ликвидации последствий стихийных бедствий

29.Sual: С чем связано возникновение финансового риска? (Ќәкі: 1)

Вероятностью потери финансовых ресурсов

Не выполнением плана по обороту

Уменьшением объемов производства

Вероятностью увеличения расходов

Изменением уровней цен

30.Sual: Что представляет собой риск для предпринимателя? (Ќәкі: 1)

Вероятность выдерживания финансовых потерь, возникновение опасности

Недополучение предусмотренных заранее результатов

Снижение эффективности использования основного и оборотного капитала

Снижение объема товарооборота и изменение его структуры

Вероятность снижения денежных доходов и покупательской способности населения

31.Sual: Что такое коммерческие письма? (Ќәкі: 1) **Деловая переписка**

Порядок ведения деловых переговоров

Виды коммерческой переписки

Оформление протокола и заключение договора

Характер коммерческой сделки

32.Sual: Что такое оферта? (Ќәкі: 1) **Формальное предложение**

заключить коммерческую сделку

Коммерческий документ, представляющий предъявление претензии к стороне нарушившей обязательства

Деловая переписка

Сведение о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг

Преднамеренно скрываемые экономические интересы деятельности фирмы

33.Sual: Какие имеются закономерности развития спроса (Ќәкі: 1) **объем**

спроса неуклонно растет и происходят количественные и качественные изменения в его структуре

объем спроса неуклонно расширяется и происходят качественные изменения в его инфраструктуре

объем спроса растет и происходят количественные и качественные изменения в структуре

эта закономерность отражает социально-экономическую и стабильную политическую ситуацию

эта закономерность показывает себя в розничном товарообороте республики

34.Sual: Как определяется максимальная цена на товары (Ќәкі: 1) по

уровню совокупных расходов

по цене конкурентов на товары

по максимальным требованиям к прибыли

по количеству спроса

все ответы верны

35.Sual: При какой конкурентной структуре рынка покупатель и продавец не

могут повлиять на цену товара (Ќәкі: 1) чистый конкурентный рынок

монополистическая конкуренция

чистый монополистический рынок

олигополистский рынок

все ответы верны

36.Sual: Чем определяется минимальная цена на товары (Ќәкі: 1)

емкостью товаров на рынке

по коэффициенту эластичности спроса

по уровню расходов

по цене конкурентов

все ответы верны

37.Sual: Укажите ценовой рынок, формирующиеся под влиянием спроса и предложения (Ќәki: 1) олигополистский рынок

чистый конкурентный рынок

международный рынок

чистый монополистический рынок

все ответы верны

38.Sual: Чему стремится фирма при определении высокой цены на товары?

(Ќәki: 1) **получение максимальной текущей прибыли**

росту объемов продажи

правильного ответа нет

все ответы верны

борьбе за лидерство на рынке

39.Sual: Какие имеются методы определения цены (Ќәki: 1) **методы**

ценообразования, основанные на расходах, конкуренции, спрос и маркетинг

методы определения цели и анализа факторов ценообразования

метод совокупных, непосредственных и фактурных расходов

правильного ответа нет

все ответы верны

- 40.Sual: Какие факторы влияют на снижение цены (Ќәкі: 1) превышение
спроса над предложением
заработная плата
превышение предложения над спросом, стабильный уровень доходов,
опасность снижения цены и др.
правильного ответа нет
все ответы верны
- 41.Sual: Какая основная стратегия ценовой стратегии (Ќәкі: 1) **обеспечение**
продажи, достижение максимальной прибыли и поддержка рынка
снижение цены
получение высокой прибыли от продажи
правильного ответа нет
все ответы верны
- 42.Sual: Какие основные этапы ценообразования (Ќәкі: 1) определение
цели и спроса, анализ расходов
анализ цен конкурентов и выбор методов ценообразования
определение конечной цены
правильного ответа нет
все ответы верны
- 43.Sual: На основании каких факторов формируется динамика цен? (Ќәкі: 1)
внутренних и внешних факторов
стратегических и тактических факторов
эластичности спроса и географического фактора
правильного ответа нет

все ответы верны

44.Sual: Что такое цена? (Ќәкі: 1) совокупность производственных,
продажных и потребительских расходов товара
денежное выражение стоимости товара]

доход, получаемый от продажи товаров

правильного ответа нет

все ответы верны

45.Sual: Что означает на рынке цена производства? (Ќәкі: 1) стоимость
материалов и сырья
совокупность расходов на продажу и хранение
**совокупность себестоимости продукции, расходов на маркетинг и
ожидаемой прибыли**

правильного ответа нет

все ответы верны

46.Sual: Как образуется розничная цена (Ќәкі: 1) совокупность
**себестоимости продукции, расходов на маркетинг и ожидаемой
прибыли**

от объемов продажи населению

по цене производства

правильного ответа нет

все ответы верны

47.Sual: Как формируются оптовые продажные цены (Ѕәкі: 1) совокупности розничных цен с расходами на маркетинг
совокупность себестоимости продукции с расходами на маркетинг и ожидаемой прибыли

совокупность себестоимости и розничных цен

правильного ответа нет

все ответы верны

48.Sual: Что такое оптовая цена (Ѕәкі: 1) производственная и продажная цена товаров

цена покупки и продажи продукта предприятием

продажная непосредственно населению цена товара

правильного ответа нет

все ответы верны

49.Sual: Как определяется максимальная цена на товары (Ѕәкі: 1) по уровню совокупных расходов

по цене конкурентов на товары

по максимальным требованиям к прибыли

по количеству спроса

все ответы верны

50.Sual: При какой конкурентной структуре рынка покупатель и продавец не могут повлиять на цену товара (Ѕәкі: 1) чистый конкурентный рынок

монополистичекая конкуренция

чистый монополистический рынок

олигополистский рынок

все ответы верны

51.Sual: Чем определяется минимальная цена на товары (Ќәкі: 1)

емкостью товаров на рынке

по коэффициенту эластичности спроса

по уровню расходов

по цене конкурентов

все ответы верны

52.Sual: Какие причины могут вынудить фирму повышать цены (Ќәкі: 1)

при уменьшении рыночной доли

при отсутствии полной производственной мощности

при росте количества выпускаемой продукции

инфляция

все ответы верны

53.Sual: Укажите ценовой рынок, формирующиеся под влиянием спроса и предложения (Ќәкі: 1) олигополистский рынок

чистый конкурентный рынок

международный рынок

чистый монополистический рынок

все ответы верны

54.Sual: Чему стремится фирма при определении высокой цены на товары? (Ќәкі: 1) борьбе за лидерство на рынке

получение максимальной текущей прибыли

росту объемов продажи
правильного ответа нет
все ответы верны

55.Sual: Какие имеются методы определения цены? (Ќәкі: 1) методы ценообразования, основанные на расходы, конкуренции, спрос и маркетинг

методы определения цели и анализа факторов ценообразования
метод совокупных, непосредственных и фактурных расходов
правильного ответа нет
все ответы верны

56.Sual: Спрос можно считать эластичным, если (Ќәкі: 1) при незначительном снижении цены значительно увеличивается спрос

при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно
при изменении цены спрос не изменяется
спрос изменяется независимо от цены
все ответы верны

57.Sual: Чем отличается стратегия ценообразования, направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи (Ќәкі: 1) длительностью действия

величиной цены, по которой продается товар
ничем не отличается
все ответы верны
правильного ответа нет

58.Sual: При каком состоянии спроса производитель может не использовать рекламу? (Ѕәкі: 1) при снижающемся спросе
при негативном спросе
при отрицательном спросе
при чрезмерном спросе
правильного ответа нет

59.Sual: Что входит в управленческие решения по ассортименту товаров (Ѕәкі: 1) решение о широком выборе ассортимента
решение о длине товарного ряда конкретного товара
решение о средствах упаковки и информационной базе
верны ответы а) и б)
правильного ответа нет

60.Sual: Каковы основные признаки избытка и дефицита (Ѕәкі: 1) **избыток есть превышение предложения над спросом и рост товарных**
избыток есть превышение спроса над предложением, роста цен в условиях
избыток есть рост цен в условиях конкуренции, появление очередей
избыток есть рост товарных запасов, дефицит означает превышение
избыток есть снижение цен в условиях конкуренции, дефицит означает

61.Sual: Каковы основные фазы жизненного цикла товара (Ѕәкі: 1) **фаза внедрения товара в рынок; фаза роста; фаза зрелости; фаза**
фаза создания товара; фаза зрелости; фаза роста; фаза насыщения рынка;
фаза насыщения рынка; фаза роста; фаза зрелости; фаза выдавливания

фаза создания нового товара; фаза роста спроса на товар; фаза уменьшения продажи товара; фаза приостановления роста продажи товара
фаза внедрения товара в рынок; фаза формирования полного ассортимента

62.Sual: Цель товарной политики состоит из (Ќәкі: 1) обеспечения
преимущества при формировании оптимального товарного ассортимента и принятия решений
обеспечения на должном уровне конкурентоспособность товаров
целенаправленного приспособления ассортимента товаров требованиям рынка и др
правильного ответа нет
все ответы верны

63.Sual: Какие из нижеперечисленных относятся к необходимым условиям товарной политики (Ќәкі: 1) сегментирование рынка
определение скорости оптимизации и обновления ассортимента
продвижение товара и каналы распределения
правильного ответа нет
все ответы верны

64.Sual: Как вы понимаете смысл понятия «жизненный цикл товаров»? (Ќәкі: 1) период присутствия товаров на рынке
период присутствия товаров в продаже
период от выведения товаров на рынок (продажу) до его исчезновения из рынка
правильного ответа нет

все ответы верны

65.Sual: Как могут различаться товары при формировании товарной политики (Ќәкі: 1) по функциональному назначению по надежности, длительности цикла, удобству использования по упаковке, сервису, обеспечению и др

правильного ответа нет

все ответы верны

66.Sual: Какие имеются основные проблемы при подготовке товарной политики (Ќәкі: 1) инновация, качество товара и его конкурентноспособность создание товарного ассортимента и его оптимизация маркировка, упаковка и оптимизация

правильного ответа нет

все ответы верны

67.Sual: В каких случаях невозможна инновация в товарной политике (Ќәкі: 1) отсутствием технологической новизны без изучения рынка без оценки конкуренции

правильного ответа нет

все ответы верны

68.Sual: Из каких этапов состоит процесс модели создания нового товара? (Ќәкі: 1) возникновение и выбор идеи, составление бизнес-плана,

создание опытного экземпляра, тестирование товара и его выведение на рынок

подготовка проекта и заключения, составление сметных расходов

подготовка к производству продукции, его производство и продажа

правильного ответа нет

все ответы верны

69.Sual: Что могут включаться в задачи ассортиментной политики (Ќәкі: 1)

определение рыночного сегмента потребителей

обеспечение потребностей и нужд потребителей, оптимизация финансовых результатов фирмы

производство конкурентноспособного продукта и формы продажи

правильного ответа нет

все ответы верны

70.Sual: От чего зависит продолжение жизненного цикла товаров (Ќәкі: 1) от

качества и конкурентноспособности товара

от конъюнктуры рынка, сегментирования, исследования цены и изучения потребителей

правильного ответа нет

все ответы верны

от технической сложности изделия, объема вложения инвестиции, конкуренции и качества маркетинговых исследований

71.Sual: Какие основные факторы должны учитываться при разработке

товарной политики? (Ќәкі: 1) **состояние спроса, технологические возможности производства**

увеличение объемов продажи, сегментирование, обеспечение потребности и др

ассортиментная политика и маркировка товаров

правильного ответа нет

все ответы верны

72.Sual: Какие имеются проблемы при разработке товарной политики? (Ќәкі:

1) отсутствие надежной продажи

обслуживание и упаковка

инновация, качество, конкурентноспособность, ассортимент, маркировка и др.

правильного ответа нет

все ответы верны

73.Sual: Физическое распределение товара означает (Ќәкі: 1) **продажу его через посредников**

транспортировку и хранение

безвозмездную передачу товара клиенту

все ответы верны

правильного ответа нет

74.Sual: Интенсивное распределение товара осуществляется (Ќәкі: 1)

поставками в сеть специализированных магазинов

через большое число торговых точек массового назначения

путем поставки товара непосредственно потребителю

все ответы верны

правильного ответа нет

75.Sual: Канал распределения – это? (Ќәкі: 1) способ распространения рекламы

совокупность организации и (или) лиц, принадлежащими производителю

- с помощью почты
- все ответы верны
- правильного ответа нет

76.Sual: При использовании прямого канала распределения продажа товара осуществляется (Ќәкі: 1) коммивояжерами фирмы

магазинами розничной торговли, принадлежащими производителю

с помощью почты

правильного ответа нет

все ответы верны

77.Sual: Широта канала распределения означает (Ќәкі: 1) **число посредников на одном уровне канала распределения**

количество реализуемых товарных групп

число уровней канала распределения

все ответы верны

правильного ответа нет

78.Sual: Что понимается под товарным ассортиментом торговых предприятий? (Ќәкі: 1) **ассортимент товаров - это совокупность**

товарных видов и их разновидностей, объединенных по тем или иным свойствам

ассортимент товаров - это разновидность товаров предназначенных для продажи

ассортимент товаров - это совокупность товаров, полученных из производственных предприятий

все ответы верны

правильного ответа нет

**79.Sual: На сколько групп делятся товары по частоте спроса (Ќәкі: 1)
на 3 группы - товары повседневного спроса, товары нечастого
спроса и товары редкого спроса**

на 2 группы - товары повседневного спроса, товары нечастого спроса

на 2 группы - товары нечастого спроса, товары редкого спроса

все ответы верны

правильного ответа нет

**80.Sual: Что предусматривает путь увеличения (рост) расширения
ассортимента? (Ќәкі: 1) увеличение ассортимента предусматривает
поступление таких товаров, какие не были представлены
предприятием ранее**

увеличение ассортимента предусматривает дост^авку товаров учиты^авая
при этом п^оведение потребителей

увеличение ассортимента ^аредусматривает доставку товаров учитывая
при эт^ам требования, предъявляемые покупателями к това^ам

все ответы верны

правильного ответа нет

81.Sual: Что предусматривает путь насыщения расширения ассортимента (Ўэкі: 1) **пополняемые товары не выходят за рамки характерных текущему ассортименту цен и дополняются товарами определенного вида и назначения**

изменение стоимости и качества товаров

обеспечение товарными группами и представлению им более широких возможностей выбора

все ответы верны

правильного ответа нет

82.Sual: Какие существуют формы оптовой торговли (Ўэкі: 1)

непосредственная связь между производителями и покупателями

продажа через посреднических организаций и предприятий

коммерческие связи субъектов рынка

правильного ответа нет

все ответы верны

83.Sual: Товарооборот составляет 1836 тыс. манат, средние запасы товаров 229,5 тыс. манат, количество дней - 360. Если скорость обращения составляет 45 дней, то сколько раз составит скорость обращения (Ўэкі: 1)

8

7

14

12

11

84.Sual: Как классифицируется содержание товарных ресурсов (Ќәкі: 1)

валовая продукция, продукция для продажи, реализованная продукция и товарные фонды

промышленная продукция, продукция для продажи, товарные фонды, товарные запасы

товарные фонды, валовая продукция, товарные запасы и сельскохозяйственная продукция

импортируемые товары, товары на экспорт, промышленное производство реализованная продукция, проданная продукция, оплаченная продукция

85.Sual: Что подразумевается под товарными фондами (Ќәкі: 1)

совокупность продукции, произведенной внутри страны и частично импортируемых

совокупность продукции для продажи

совокупность реализованной продукции

совокупность произведенной продукции

совокупность импортируемой продукции

86.Sual: Как измеряется сумма таможенной пошлины ($\sum TP$) по

поступившим в торговую фирму товарам по импорту? (Ќәкі: 1) $\sum TP =$

$\% \cdot (P_T \cdot M_B) / 100$ (% - ставка пошлины таможенной стоимости; P_T – таможенная стоимость, иностранная валюта; M_B – курс маната к инвалюте)

$$\sum TP = \% \cdot P_T / 100$$

$$\sum TP = (P_T \cdot M_B) / 100$$

$$\sum TP = \% \cdot M_B / 100$$

$$\sum TP = (P_T \cdot M_B) / 100$$

87.Sual: На 1-е апреля общая стоимость зданий и сооружений составляет 4000 млн.манат, норма амортизации - 4,3%. Рассчитайте сумму амортизационных отчислений по зданиям и сооружениям. (Ќәкі: 1)

17,2 млн. манат

18,5 млн. манат

15,3 млн. манат

17,8 млн. манат

21,2 млн. манат

88.Sual: Товарооборот торговой фирмы составляет 660 млн.манат. Среднегодовая стоимость основных фондов - 980 млн.манат. Рассчитайте коэффициент эффективности по фондоотдаче. (Ќәкі: 1) **0,66**

0,78

1,3

4,2

0,8

89.Sual: Как определяется объем розничного товарооборота по регионам? (Ќәкі: 1) **$V_o = Пс + Про.п + Прв.п$ (Пс – покупательские фонды, Про.п – продажа товаров предприятиям и организациям, Прв.п – продажа товаров внерегиональным потребителям)**

$V_o = З + Пс - Про.п$ (З – товарные запасы)

$V_o = Пс - Про.п$

$V_o = Про.п + З_1 + Прв.п$ (З₁ – товарные остатки на начало периода)

$V_o = Про.п + З_1 + З_2 + Прв.п$ (З₂ – товарные остатки на конец периода)

90.Sual: По каким показателям определяется план розничного товарооборота? (Ќәкі: 1) **продажа товаров, товарные запасы, поступление товаров**

покупательский фонд, план по труду, фонд заработной платы
объем производственной программы, товарные запасы, продажа товаров
остатки товаров, структура оборота, поступление товаров
поступление, покупательский фонд, издержки обращения

91.Sual: Определение уровня издержек обращения (Ќәкі: 1) **Уио = сумма издержек обращения x 100 / товарооборот**

Уио = сумма издержек обращения x 100 / прибыль
Уио = прибыль x 100 / товарооборот
Уио = товарооборот x 100 / сумма издержек обращения
Уио = сумма издержек обращения x 100 / основной капитал

92.Sual: Какие функции выполняет розничная торговля? (Ќәкі: 1) **изучение конъюнктуры, определение спроса и предложения, поиск товара, выборка товаров и др.**

продажа товаров населению, доставка и оплата
прием заказа товаров, их производство, продажа и конструирование
правильного ответа нет
все ответы верны

93.Sual: Какие основы разделы плана по маркетингу (Ќәкі: 1) **текущее положение по маркетингу, опасности и возможности задачи и проблемы, маркетинговая стратегия программа деятельности, бюджет, правило контроля все ответы верны**

правильного ответа нет

94.Sual: Какая классификация управленческих планов по маркетингу (Çәki:

1) **краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные**
долгосрочные, по масштабу, по методам разработки

по программе деятельности и бюджету

все ответы верны

правильного ответа нет

95.Sual: Какие этапы процесса управления маркетинга по Ф.Котлеру (Çәki:

1) **анализ рыночных возможностей, выбор целевого рынка,**
разработка комплекса маркетинга и др

исследование рынка, планирование ассортимента, продажа, реклама

товар, рынок и покупатель, регион, функция

все ответы верны

правильного ответа нет

96.Sual: Что такое товародвижение? (Çәki: 1)**процесс доведения товаров от**
производства до потребителей

процесс доведения товаров до розничных торговых предприятий

процесс доведения товаров до потребителей посредством проведения

ярмарок

доведение товаров до мелкооптовых предприятий

процесс доведения товаров до индивидуальных потребителей

97.Sual: За счет каких средств может быть увеличен собственный капитал торговой организации? (Ѕәкі: 1) **за счет целевых средств финансирования и поступлений за счет государственной помощи (субвенции, субсидии, бюджетные кредиты)**
за счет целевых средств финансирования
поступлений за счет государственной помощи (субвенции, субсидии, бюджетные кредиты)
за счет амортизационных отчислений по внеоборотным активам
за счет нераспределенной прибыли прошлых лет

98.Sual: Определите последовательность этапов в схеме антикризисного управления (Ѕәкі: 1) выполнение антикризисной стратегии
анализ внутренних и внешних факторов во время кризиса
определение антикризисной стратегии
верна последовательность в), б), г), а)
верна последовательность а), в), б), г)

99.Sual: Какие основные виды контроля управления потребительского рынка (Ѕәкі: 1) аудит и ревизия
текущий контроль, контроль за прибыльностью и эффективностью, стратегический контроль
контроль за ценой, продажей, конкуренцией и потребностью потребителей
все ответы верны
правильного ответа нет

100. Sual: Товарооборот составляет 1836 тыс. манат, средние запасы товаров 229,5 тыс. манат, количество дней - 360. Сколько дней составит скорость обращения (время обращения (Ўэки: 1) **45**

50

32

28

46

101. Sual: Что в себе отражает валовой доход по своему назначению? (Ўэки: 1) **сумму издержек обращения и прибыли**

сумму прибыли и товарооборота

отношение прибыли к издержкам обращения

сумму товарооборота с издержками обращения

отношение издержек обращения к прибыли

102. Sual: Какие имеются источники образования валового дохода в торговле? (Ўэки: 1) **доход, полученный от продажи товаров**

отношение прибыли к издержкам обращения

кредиты предприятия и производственный кредит

основная и дополнительная заработная плата, расходы прочих хозяйственных отраслей

удельные веса отдельных расходных статей в общем обороте

103. Sual: Укажите основные функции финансов торговли (Ўэки: 1) **оперативность, распределение, контроль, стимулирование**

продажа, покупка, контроль, услуги

распределение, контроль, услуги, экономия

производство, торговля, хозяйствование

экономия, риск, экономическое стимулирование

104. Sual: Возможно ли включение в проводимые работы по анализу потребительского рынка следующих работ? (Ѕәкі: 1) анализ первичных потребностей, спроса

анализ ценовой тактики конкурентов

анализ конкурентоспособности продукта

верен только ответ а)

все ответы верны

105. Sual: Какие параметры характеризуют потребительский рынок? (Ѕәкі: 1) емкость рынка, рыночная доля, степень насыщения рынка

стабильность, структурированность, инвестиции

доля отечественных и импортных товаров

платежеспособность населения

все ответы верны

106. Sual: Какие факторы одновременно влияют на потребительский рынок? (Ѕәкі: 1) макроэкономические факторы

глобальные интеграционные процессы в экономике

отраслевые конъюнктурные изменения

отраслевые изменения по моде, номенклатуре, ассортименту, цене и качеству продукции

все ответы верны

107. Sual: Во-сколько ступеней может быть проведен полный анализ потребительского рынка? (Ќәкі: 1) один

два

три

четыре

пять

108. Sual: . Какие работы проводятся в первой ступени полного анализа потребительского рынка? (Ќәкі: 1) **анализ рынка в целом**

частичный анализ рынка

анализ выбранного сегмента рынка по расположению или по группе продукции

анализируется один или несколько отдельно выбранных объектов и составляется маркетинговая оценочная карта

устанавливаются реальные тенденции и параметры на дальнейший период с учетом объема, цен и потребительских свойств продукции

109. Sual: Какие работы проводятся во второй ступени полного анализа потребительского рынка? (Ќәкі: 1) анализ рынка в целом

частичный анализ рынка

анализ выбранного сегмента рынка по расположению или по группе продукции

анализируется один или несколько отдельно выбранных объектов и составляется маркетинговая оценочная карта

устанавливаются реальные тенденции и параметры на дальнейший период с учетом объема, цен и потребительских свойств продукции

110. Sual: Какие работы проводятся в третьей ступени полного анализа потребительского рынка? (Ѕәкі: 1) анализ рынка в целом
частичный анализ рынка
анализ выбранного сегмента рынка по расположению или по группе продукции

анализируется один или несколько отдельно выбранных объектов и составляется маркетинговая оценочная карта

устанавливаются реальные тенденции и параметры на дальнейший период с учетом объема, цен и потребительских свойств продукции

111. Sual: Какие работы проводятся в четвертой ступени полного анализа потребительского рынка? (Ѕәкі: 1) **анализ рынка в целом**
частичный анализ рынка
анализ выбранного сегмента рынка по расположению или по группе продукции

анализируется один или несколько отдельно выбранных объектов и составляется маркетинговая оценочная карта

устанавливаются реальные тенденции и параметры на дальнейший период с учетом объема, цен и потребительских свойств продукции

112. Sual: Что не рассматривается в первой стадии ступенчатого анализа потребительского рынка? (Ѕәкі: 1) реальная емкость рынка,
потенциальная емкость объем рынка
степень интеграции в мировой рынок
сегментация и структурированность
уточнение платежеспособности населения, доля отечественных и импортных товаров

мода, ассортимент, качество, новизна

113. Sual: Что не рассматривается во второй стадии ступенчатого анализа потребительского рынка? (Ѕәкі: 1) определение рыночной доли
квотирование и ограничительные пошлины
структура спроса и степень насыщения рынка
степень монополизации, ценовая стратегия конкурентов, конкурирующее влияние
мода, ассортимент, качество, новизна
114. Sual: Что не рассматривается в третьей стадии ступенчатого анализа потребительского рынка? (Ѕәкі: 1) номенклатура и ассортимент, оценочная маркетинговая карта фирмы
потребительские свойства продукции
объемы выпуска и продажи продукции, цены все видов
уточнение платежеспособности населения, доля отечественных и импортных товаров
торговые марки или бренды
115. Sual: Что не включается во четвертый блок принятия решений по управлению потребительским рынком (Ѕәкі: 1) **контроль за выполнением плана**
экспертная оценка коллективным способом (метод PATTERN
принятие решений
разработка планов выполнения решений и их реализации
все ответы верны

116. Sual: Что не входит в способы определения емкости рынка потребительского рынка (Ѕәкі: 1) на основе объема производства и продажи
на основе норм потребления и расходования
на основе оценки предыдущего периода
на основе оценки по номенклатуре, цене и рекламе
на основе потребительской корзины
117. Sual: Что из нижеперечисленных, относящихся в структуру потребительского рынка, правильны (Ѕәкі: 1) оптовый рынок
оптовая торговля-посреднический рынок
биржевой рынок товаров
розничный потребительский рынок
все ответы верны
118. Sual: Комплекс маркетинга разрабатывается для каждого (Ѕәкі: 1) посредника
сегмента рынка
рынка в целом
непосредственного конкурента
товара
119. Sual: В отношении маркетинга услуг существует дополнительный пятый элемент комплекса маркетинга (пятое "Р") - это ... (Ѕәкі: 1) личные продажи
персонал

презентация
позиционирование
правильного ответа нет

120. Sual: Общими критериями сегментирования для потребительских и промышленных рынков являются: (Ѕәкі: 1) юридический
демографический
поведенческий
технологический
ситуационный

121. Sual: Концепция маркетинга это (Ѕәкі: 1) сосредоточенность на
получении прибыли
сосредоточенность на нуждах потребителя
сосредоточенность на психологической обработке клиента
сокращение сервисных услуг
создание товаров эффективно удовлетворяющих спрос

122. Sual: Укажите виды маркетинговых коммуникаций (Ѕәкі: 1)
личная продажа
имидж
стиль фирмы
связи с общественностью (PR)
правильны ответы а) и б)

123. Sual: Какие основные этапы организационной структуры маркетинговых услуг? (Ќәкі: 1) **цели и задачи, критерии и создание комплекса ограничений, выбор типа организационной структуры и др.**

планирование и маркетинговые исследования

формальная и неформальная структура

все ответы верны

правильного ответа нет

124. Sual: Определите функции планово-экономического отдела службы маркетинга (Ќәкі: 1) **закуп по фактурам и заказам материально-вещественных ценностей**

организация продажи продукции в соответствии с заключенными договорами

ведение хозяйственной деятельности на основе материальных, финансовых и трудовых ресурсов

разработка планов материального обеспечения и балансов

все ответы верны

125. Sual: Что такое система управления распределения в маркетинге (Ќәкі: 1) **комплекс планово-управленческих решений по выбору различных каналов продажи**

совокупность отдельных фирм и организаций

организация постоянного спроса на корпоративные продукты

все ответы верны

правильного ответа нет

126. Sual: Какие процессы входят в управление маркетинга (Ќәкі: 1)
политика цен и продажи
конкуренция и коммуникация
выбор стратегии и тактики комуникации, разработка и организация
плана
все ответы верны
правильного ответа нет
127. Sual: Назовите оставные части комплекса маркетинга (Ќәкі: 1)
производство, продажа
продукт, цена, распределение-продажа, размещение
конкуренция, потребность, спрос
правильного ответа нет
все ответы верны
128. Sual: Что не может быть отнесено в основные принципы маркетинга? (Ќәкі: 1) хороший дизайн-хороший бизнес
нет сервиса-нет успеха
забывший конкуренцию забудет рынок
достижение фирмой более высокой прибыли
все ответы верны
129. Sual: Какой формулой пользуются при оценке эффективности продвижения товаров (Ќәкі: 1) **общие расходы**
прибыль
рентабельность и доход
потери

правильного ответа нет

130. Sual: Что может быть основной единицей измерения в сфере маркетинга (Ќәкі: 1) **продажа**

обмен

доллар

потребность

все ответы верны

131. Sual: Что относится к комплексу маркетинга (Ќәкі: 1) комплекс «изделий и услуг

цена

методы стимулирования

размещение и продажа

все ответы верны

132. Sual: Не относится к комплексу маркетинговой коммуникации (Ќәкі: 1) **реклама**

пропаганда

стимулирование продажи

подготовка маркетинговой стратегии

все ответы верны

133. Sual: Функции канала продвижения товара - это (Ќәкі: 1) маркетинговые исследования

стимулирование продажи

связи с покупателями
ценообразование и др
все ответы верны

134. Sual: Функциональная схема организации служб маркетинга на предприятии формируется по (Ќәкі: 1) географическим регионам
типам рынков
функциям
группам товаров
иным образом

135. Sual: Услуга относящаяся к элементу комплекса маркетинга (Ќәкі: 1)
1) продукт
цена
продвижение
распределение
правильного ответа нет

136. Sual: Что представляет собой складской оптовый товарооборот?
(Ќәкі: 1) **Складской оборот- это продажа товаров непосредственно со складов оптовых торговых предприятий**
Совокупность стоимостей товаров, отгруженных со складов производственных предприятий поставщиков непосредственно розничным торговым предприятиям
Складской оборот-это розничная продажа товаров непосредственно со складов

При складской форме отгрузки товаров оптовая база участвует в расчетах с организацией - поставщиком

При складской форме отгрузки товаров оптовая база не участвует в расчетах с организацией - поставщиком

137. Sual: Транзитный оптовый товарооборот- это: (Ўаќи: 1)

Поставка товаров производителями непосредственно розничной торговле, минуя складские звенья

Поставка товаров , отгруженных со складов производственных предприятий- поставщиков непосредственно оптовым торговым предприятиям

Продажа товаров в розницу непосредственно со складов оптовых предприятий

Продажа товаров со складов оптовых торговых предприятий

Форма отгрузки товаров, при которой оптовая база не участвует в расчетах с организацией-поставщиком

138. Sual: Какие основные операции выполняет коммерческая работа по

оптовой продаже товаров (Ўаќи: 1) Нахождение оптовых покупателей товаров; установление хозяйственных связей с покупателями товаров;

Выбор форм и методов оптовой продажи товаров; организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам;

Установление хозяйственных связей с покупателями товаров; выбор форм и методов оптовой продажи товаров;

Организация учета выполнения договоров с покупателями товаров; рекламно-информационная деятельность;

Все вышеуказанные варианты верны.

139. Sual: Какие услуги оказывает оптовые предприятия клиентам-покупателям. (Ѕәкі: 1) Оценка потребностей и спроса; преобразование производственного ассортимента в торговый;
Преобразование производственного ассортимента в торговый; хранение товарных запасов;
Преобразование производственного ассортимента в торговый; хранение товарных запасов; доставка;
Доставка товаров; кредитирование закупки; концентрация товарной массы;
Все вышеуказанные варианты верны.

140. Sual: четырёхуровневому каналу распределения (Ѕәкі: 1)
деятельность по продаже товаров предприятиям-производителям и посредникам
деятельность по продаже товаров конечным потребителям
продажа товаров лицам, приобретающим их для личного потребления
деятельность по продаже товаров городскому населению
деятельность по продаже товаров сельскому населению

141. Sual: Прямой канал маркетинга соответствует: (Ѕәкі: 1)
нулевому каналу распределения
одноуровневому каналу распределения
двухуровневому каналу распределения
трёхуровневому каналу распределения
четырёхуровневому каналу распределения

142. Sual: К оптовым торговым предприятиям относятся: (Ўэки: 1)
- универмаги
 - магазины самообслуживания
 - промышленные агенты**
 - универсамы
 - супермаркеты
143. Sual: В зависимости от стадий купли-продажи товаров различают торговую деятельность (Ўэки: 1) **Оптовая торговля и оказываемые в магазинах покупателям торговые услуги**
- Оптовая торговля, самообслуживание
 - Стимулирование и личные продажи
 - Личные продажи, оптовые продажи, продажи на дому
 - Продажа через автоматы, компьютеры, оптовые продажи
144. Sual: Каковы основные формы товародвижения? (Ўэки: 1)
- складская и транзитная**
 - традиционная и прогрессивная
 - оптовая и розничная
 - хозяйственная и транспортная
 - продовольственная и непродовольственная
145. Sual: Что из перечисленных не входит в обязанности продавца оптовой базы (Ўэки: 1)
- соблюдение правил торговли на оптовом продовольственном рынке
 - соблюдение правил санитарной и пожарной безопасности
 - освобождение места после окончания торговли

сдача оборудования, инвентаря взятого в аренду

Продажа товаров конечным потребителям для личного потребления

146. Sual: Что подразумевается под товарными фондами? (Ќәкі: 1)

Совокупность продукции, произведенной внутри страны и частично импортируемых

Совокупность продукции для продажи

Совокупность реализованной продукции

Совокупность произведенной продукции

Совокупность импортируемой продукции

147. Sual: Какие виды планирования имеются в зависимости от периода и уровня? (Ќәкі: 1) **Стратегические, тактические и оперативные**

Стратегические – краткосрочные и долгосрочные

Оперативные планы, планирование по мельким предприятиям

Среднесрочные и тактические планы

Стратегические и долгосрочные планы

148. Sual: Какими показателями характеризуется скорость обращения товаров? (Ќәкі: 1) **В днях, в разгах**

В натуральном и стоимостном выражении

Относительными и абсолютными показателями

В натуральном выражении и днях

По объему и структуре оборота

149. Sual: Основные задачи оптовой торговли: (Ѕәкі: 1) Торговля с последующей их перепродажей или для промпереработки

Способствует синхронности производства и потребления

Осуществляет процесс накопления товарных запасов

Ускоряет процесс товародвижения

Способствует созданию условий хранения товаров

150. Sual: Виды оптовых предприятий: (Ѕәкі: 1) Специализированные, посреднические и организаторы оптового оборота

Предприятия общенационального уровня, предприятия регионального уровня

Автономные сбытовые оптовые структуры и сбытовые подразделения промышленности

Хозяйственные товарищества и акционерные общества

Универсальные оптовые торговцы

151. Sual: Долгосрочный прогноз объема продаж составляется на срок (Ѕәкі: 1) от 5 до 25 лет

от 5 до 20 лет

от 5 до 15 лет

от 5 до 10 лет

от 5 до 30 лет

152. Sual: Среднесрочный прогноз объема продажи составляется на срок (Ѕәкі: 1) от 1 до 5 лет

от 1 до 4 лет

от 1 до 3 лет

от 1 до 2 лет

от 1 до 7 лет

153. Sual: Конъюнктура рынка - это: (Җәкі: 1) равновесное состояние
объема спроса и предложения при сложившемся уровне цен
превышение объема спроса над предложением при сложившемся уровне
цен
превышение предложения над спросом при сложившемся уровне цен
**соотношение между объёмом спроса и предложения при
сложившемся уровне цен**
соотношение нужды и спроса при сложившемся уровне цен

154. Sual: Контактной аудиторией для производителя являются: (Җәкі: 1)
поставщики
клиенты
конкуренты
посредники
СМИ

155. Sual: К какому уровню товара относится оказание сервисных услуг:
(Җәкі: 1) реальный товар
товар с подкреплением
все вышеуказанные варианты верны
среди вышеуказанных правильного ответа нет
товар по замыслу

156. Sual: Уровень канала распределения определяется (Ўэки: 1)
количеством различных услуг, предоставляемых производителями
потребителям
количеством предприятий, предоставляющим сервисные услуги
потребителям
количеством типов поставщиков
количеством типов поставщиков
количеством транспортных организаций, участвующих в доведении
продукции от производителя к потребителю

157. Sual: Система распределения “производитель-агент-оптовый
торговец-розничный торговец-потребитель” соответствует (Ўэки: 1)
нулевому каналу распределения
нулевому каналу распределения
двухуровневому каналу распределения
трёхуровневому каналу распределения
четырёхуровневому каналу распределения

158. Sual: Прямой канал маркетинга соответствует (Ўэки: 1)
нулевому каналу распределения
одноуровневому каналу распределения
двухуровневому каналу распределения
трёхуровневому каналу распределения
четырёхуровневому каналу распределения

159. Sual: Товародвижение - это: (Ўэки: 1) сбыт товаров

физическое перемещение товаров

оптовая продажа товаров

розничная продажа товаров

организация пробной продажи товаров

160. Sual: Какие имеются показатели сравнительной оценки конкурентоспособности фирмы (Ѕәкі: 1) аналитические, статистические, бухгалтерские
наблюдение, опрос, выборка
себестоимость, расходы на маркетинг и прибыль
продукция, цена, каналы продажи, продвижение товара
все ответы верны

161. Sual: Компания, действия которой в основном определяются действиями и реакциями конкурентов это компания, ориентированная на (Ѕәкі: 1) потребителей
рынок
товар
конкурентов
технологию

162. Sual: Что такое ассортимент товаров (Ѕәкі: 1) **Совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных или сочетающихся по определенному признаку;**
Номенклатура товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными организациями;
Номенклатура товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети;
Перечень товарных групп, включенных в номенклатуру

Количество товарных групп.

163. Sual: Что такое производственный ассортимент (Ўэкі: 1)

Номенклатура товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными организациями;

Совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных по определенному признаку;

Номенклатура товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными организациями;

Совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных или сочетающихся по признаку;

Количество товарных групп.

164. Sual: Что такое торговый ассортимент (Ўэкі: 1) **Номенклатура товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети;**

Совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных по определенному признаку;

Номенклатура товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными организациями;

Перечень товарных групп, включенных в номенклатуру;

Детализация группового ассортимента по конкретным видам и разновидностям товаров.

165. Sual: Что такое импульсный спрос (Ўэкі: 1) **Спрос**

возникающий под воздействием рекламы, выкладки товаров, предложений продавца;

Предъявляется на определенный товар и не допускает его замены;

Формируется в процессе непосредственного ознакомления покупателей с товаром и его особенностями

Спрос возникающий под воздействием рекламы предъявляется на определенный товар и не допускает его замены;

Предъявляется на определенный товар; формируется в процессе непосредственного ознакомления покупателей с товаром.

**166. Sual: Что такое жизненный цикл товара (Ѕәкі: 1) Стадия
внедрения товара на рынок, стадия роста, стадия зрелости, стадия
устаревания**

Стадия внедрения товара на рынок, стадия роста, стадия устаревания;

Стадия внедрения товара на рынок, стадия роста, стадия устаревания;

Стадия внедрения на рынок , стадия зрелости, стадия устаревания

Стадия роста, стадия устаревания

**167. Sual: Реальный товар - это: (Ѕәкі: 1) все материальные блага,
выведенные на рынок
товар по замыслу, обладающий конкретными параметрами и
характеристиками**

товары, отличающиеся от других товаров своими свойствами

товары, удовлетворяющие потребности потребителя или позволяющие
решить его проблемы

оригинальный товар

**168. Sual: Глубина товарной номенклатуры - это: (Ѕәкі: 1) количество
новых видо-типо-размерных товаров
разнообразие товарного ассортимента**

присвоение товарам нового марочного названия
разнообразие предлагаемых предприятием рынку товарных
ассортиментов

**среднее число марок (различных видов, моделей), входящих в
товарный ассортимент**

169. Sual: На какой стадии жизненного цикла товара используется
напоминающая реклама: (Ѕәкі: 1) на стадии выхода на рынок
на стадии роста
на стадии возрождения
на стадии стабильности (зрелости)
на стадии упадка

170. Sual: Номенклатура товаров (Ѕәкі: 1) характеризует
разновидности товаров
**это понятие более широкое, чем товарный ассортимент и
характеризует совокупность всех товаров, предлагаемых рынку**
отражает потребительские свойства товара
означает марочное наименование товара
отражает различие во внешнем оформлении товара

171. Sual: Цель присвоения товарам штриховой кодировки заключается
в: (Ѕәкі: 1) обеспечении узнаваемости и идентификации товара
предприятия на всех международных рынках
обеспечении автоматизации процесса организации маркетинговой
информационной системы

облегчении проведения расчетных операций и изучении динамики продаж товаров

обеспечении проведения таможенного и внутрифирменного учета товаров

все вышеуказанные варианты верны

172. Sual: Товарные запасы торговых предприятий классифицируется по: (Ѕәкі: 1) **Назначению, место нахождению, срокам, единицам измерения**

Текущие, сезонные, целевые

Сезонные, планируемые, не планируемые

Находящиеся в пути, целевые, по назначению

Товарные запасы находящиеся в торговой сети, в пути

173. Sual: Как классифицируются товары в зависимости от назначения? (Ѕәкі: 1) **Товары личного потребления и для производственных нужд**

Стандартные и уникальные товары

Личные потребительские товары, пассивно потребляемые товары

Товары производственного назначения, стандартные товары

Личные потребительские товары, ежедневно потребляемые товары

174. Sual: В каких формах бывают товарные запасы (Ѕәкі: 1) **Производительный капитал, личный потребительский, товарные запасы**

Товарные запасы, сырье, вспомогательные материалы

Потребительские товары, полуфабрикаты

Товарный капитал, основной капитал, оборотный капитал
Трудовые ресурсы, товарные запасы

175. Sual: В каких единицах измеряются товарные запасы (Ќәкі: 1) В стоимостном и натуральном выражении

В тоннах, метрах

В стоимостном и качественном выражении

В А количественном и качественном выражении

В натуральной форме

176. Sual: Периодические факторы, влияющие на рыночную конъюнктуру? (Ќәкі: 1) Периодические факторы оказывают постоянное влияние в течении конкретного периода

Оказывают периодическое влияние в течении конкретного периода

Оказывают регулярное влияние в течении конкретного периода

Оказывают случайное, частное, но периодическое влияние в течении конкретного периода

Периодические факторы оказывают ежедневное влияние в течении конкретного периода

177. Sual: Что такое эластичность спроса? (Ќәкі: 1) Спрос, изменяемый в зависимости от цены

Спрос, не изменяемый в зависимости от цены

Спрос, не изменяемый свою стоимость в зависимости от цены

Спрос, мало изменяемый в зависимости от цены

Спрос, возрастающий-уменьшающиеся в зависимости от цены

178. Sual: Какие имеются формы товарных запасов? (Ўэкі: 1)

Производительный капитал, запасы индивидуального потребления, товарный капитал (потребление)

Продажа товаров, поступление товаров, структура продажи

Запасы продовольственных, непродовольственных товаров, сельскохозяйственной продукции

Запасы потребительских товаров, производственных средств

Запасы сельскохозяйственной продукции, потребительских товаров

179. Sual: Какие операции выполняются на складах при хранении

товаров (Ўэкі: 1) **Организация складского пространства; размещение товаров; создание необходимых условий хранения и охраны товаров; организация учета товаров; движение и перемещение товаров; обеспечение возможности использования подъемно-транспортного оборудования**

Организация складского пространства; размещение товаров; организация учета товаров; движение и перемещение товаров

Размещение товаров; создание необходимых условий хранения и охраны товаров, движение и перемещение товаров; обеспечение возможности использования подъемно-транспортного оборудования

Создание необходимых условий хранения и охраны товаров; организация учета товаров; движение и перемещение товаров; обеспечение возможности использования подъемно-транспортного оборудования

Организация складского пространства; размещение товаров; создание необходимых условий хранения и охраны товаров; организация учета товаров

180. Sual: Когда принят закон Азербайджанской Республики «О рекламе» (Ҷаки: 1) 1995

1997

1999

2002

2004

181. Sual: Разработка нового товара начинается с: (Ҷаки: 1) подготовки эскизов и чертежей товара

подготовки пробных образцов товара

генерации идей разработки товара

анализа производственных мощностей

анализа возможностей закупки материальных ресурсов, необходимых для производства нового товара

182. Sual: Более низкая цена на товар наблюдается на этапе: (Ҷаки: 1) выхода на рынок

развития

роста

зрелости

упадка

183. Sual: Широта товарного ассортимента означает: (Ҷаки: 1) организацию производства новых товаров

его расширение за счет новых товарных групп

количество новых видо-типо-размерных товаров

модификацию товаров

повышение качественных параметров товаров

184. Sual: Марочное название - это: (Џәкі: 1) символы, используемые в торговой марке

произносимая часть торговой марки

ассортимент производимых товаров

номенклатура производимых товаров

торговая марка

185. Sual: Марочная эмблема (знак) - это: (Џәкі: 1) символы, используемые в торговой марке

произносимая часть торговой марки

опознаваемая, но произносимая часть торговой марки

торговая марка

ассортимент производимых товаров

186. Sual: Торговый знак - это: (Џәкі: 1) **юридически защищённая марка или её часть**

запатентованное марочное название

торговая марка

марочное название

символы, используемые в торговой марке

187. Sual: Цель упаковки товаров заключается в: (Џәкі: 1) предотвращении порчи товаров

формировании единицы груза для транспортировки товаров

формировании единицы груза для погрузки-выгрузки товаров

формировании единицы груза для складирования товаров

все вышеуказанные варианты верны

188. Sual: Кто не включается в классификацию оптовых посредников?

(Ѕәкі: 1) дистрибьюторы

агенты по продаже, брокеры и маклеры, дилеры

консигнаторы

сбытовые организации промышленных компаний

коммивояжеры

189. Sual: Кто является организатором оптового товарооборота? (Ѕәкі:

1) оптовые ярмарки

биржы (товарные)

ярмарки и торги (аукционы)

торгово-промышленные выставки

все ответы верны

190. Sual: Что входит в проводимые работы по анализу

потребительского рынка? (Ѕәкі: 1) анализ современных тенденций

анализ рыночной конъюнктуры по номенклатуре, новинкам,
ассортименту

анализ достижений группы лидеров и ближайших конкурентов

анализ конкурентного влияния

все ответы верны

191. Sual: Какая классификация спроса по уровню его удовлетворения верна (Ќәкі: 1) **действительный и неудовлетворенный спрос**
реализованный и отложенный спрос
действительный и платежеспособный спрос
материальный и моральный спрос
действительный и эпизодический спрос
192. Sual: В чем основная разница между потребительским рынком и рынком организаций (Ќәкі: 1) **покупка товаров для личного потребления**
разнообразие товаров
низкая цена
резкое изменение спроса
все ответы верны
193. Sual: Что относится к субъектам рынка (Ќәкі: 1) **государство, предприятия, домашнее хозяйство**
земля, природные ресурсы, труд
услуги, жилье, лицензии
товары и услуги, имущественные ценности
интеллектуальная собственность
194. Sual: Что входит в предмет продажи государства - как субъекта рынка? (Ќәкі: 1) **услуги государственных организаций и учреждений, земля, природные ресурсы, жилье, лицензии**
товары, услуги
имущественные ценности, принадлежащие предприятиям

интеллектуальная собственность
труд, имущественные ценности

195. Sual: Что входит в предмет продажи предприятия - как субъекта рынка? (Ѕәкі: 1) **товары, услуги, имущественные ценности, принадлежащие предприятиям, интеллектуальная собственность**
услуги государственных организаций и учреждений, жилье
лицензии
труд, имущественные ценности
земля, природные ресурсы

196. Sual: Что входит в предмет продажи домашнего хозяйства - как субъекта рынка (Ѕәкі: 1) **труд, имущественные ценности, товары, услуги**
услуги государственных организаций и учреждений, жилье
земля, природные ресурсы
лицензии, интеллектуальная собственность
имущественные ценности, принадлежащие предприятиям

197. Sual: Что входит в предмет покупки государства - как субъекта рынка? (Ѕәкі: 1) **товары для общественного, государственного пользования, предназначенные для национальной обороны, государственного управления, охраны общественного порядка, сохранения культурного наследия**
рабочая сила, земля
имущественные ценности, принадлежащие предприятиям
интеллектуальная собственность

потребительские товары

198. Sual: Что входит в количественные и оценочные показатели масштаба и вида рынка потребительских товаров (Ќәкі: 1) виды и типы потребительского рынка
потребительский потенциал рынка
производственный потенциал рынка
индексы сопоставимости товарооборота
все ответы верны

199. Sual: Что входит в количественные и оценочные показатели конкурентности рынка потребительских товаров? (Ќәкі: 1) доля торговых фирм на рынке
индекс концентрации
индекс Херфиндаля-Хиршмана
дисперсия рыночных долей
все ответы верны

200. Sual: Что входит в количественные и оценочные показатели рискованности рынка потребительских товаров (Ќәкі: 1) коэффициент позиции фирмы
коэффициент вариации
модель оценки риска
индекс Джинни, индексы энтропии
все ответы верны

201. Sual: Что входит в количественные показатели рыночной инфраструктуры потребительского рынка (Ѕәкі: 1) стоимость основных фондов торговли в целом и их доля структура основных фондов по элементам число и размер предприятий торговли число электронных магазинов с использованием интерактивного магазина

все ответы верны

202. Sual: Что входит в оценочные показатели рыночной инфраструктуры потребительского рынка (Ѕәкі: 1) коэффициенты фондоотдачи и фондоемкости потребность в предприятиях торговли и услуг оптимальное соотношение запасов в оптовой и розничной торговле коэффициент эффективности использования торговой площади

все ответы верны

203. Sual: Что входит в количественные и оценочные показатели прогноза рынка (спроса) потребительских товаров? (Ѕәкі: 1) линейная функция функция Торнквиста 1-го типа для продуктов питания функция Торнквиста 3-го типа для предметов роскоши многофакторное уравнение, метод Тейля: прогнозная ошибка

все ответы верны

204. Sual: Что входит в основные элементы стратегического планирования (по маркетингу) (Ѕәкі: 1) миссия, цели и стратегии

стратегический императив, анализ бизнес-портфеля

стратегический аудит

SWOT-анализ

все ответы верны

205. Sual: Что относится к функциональной структуре рынка (Ќәкі: 1)

рынок продаж

рынок закупки товаров

финансовые рынки

посредники рыночных сделок

все ответы верны

206. Sual: Что входит в структуру стратегического исследования

потребительского рынка (Ќәкі: 1) изучение спроса

исследование емкости рынка

исследование спроса покупателей на товары и уровня
платежеспособности

анализ перспектив развития рынка

все ответы верны

207. Sual: Что входит в отраслевую структуру рынка (Ќәкі: 1)

внутренний и внешний рынок

оптовый рынок и розничный рынок

рынок продовольственных товаров, рынок готовых изделий

рынок сырья

все ответы верны

208. Sual: Что входит в структуру стратегического исследования потребительского рынка (Ѕәкі: 1) изучение предложения
исследование производства товаров на местном рынке
исследование возможностей роста предложения (экспорт, импорт)
анализ перспектив развития производства
все ответы верны

209. Sual: Что входит в структуру стратегического исследования потребительского рынка (Ѕәкі: 1) исследование условий работы на
рынке
изучение форм и методов торговли
изучение товаров и их каналов движения
изучение правовых вопросов деятельности на рынке
все ответы верны

210. Sual: Что входит в структуру стратегического исследования потребительского рынка (Ѕәкі: 1) исследование потенциальных
возможностей фирмы
анализ хозяйственной деятельности
анализ конкурентоспособности
анализ конкурентоспособности фирмы
все ответы верны

211. Sual: Что такое цена покупателя (Ѕәкі: 1) **фактическая рыночная**
цена в рынке покупателя при меньшем спросе и предложении
рыночная цена при меньшем спросе и предложении
цена в рынке продавца

фактическая рыночная цена

цена, определяемая продавцом на рынке

212. Sual: Потребность- это? (Ќәki: 1) количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд

нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму

товар, который способен удовлетворить нужду потребителя

все ответы верны

правильного ответа нет

213. Sual: Рынок – это? (Ќәki: 1) совокупность актов купли – продажи взаимодействие спроса и предложения

взаимодействие продавцов и покупателей, направленное на куплю и продажу товаров

совокупность существующих и потенциальных покупателей товара

все ответы верны

214. Sual: Рынок товара находится в равновесном положении если?

(Ќәki: 1) объем спроса на товар равен объему предложения

на рынке не существует ни избытка, ни дефицита товара

при данной цене намерения покупателей купить данное количество товара с намерениями продавцов продать то же количество товара

все ответы верны

спрос и предложение находится в динамичном равновесии

215. Sual: Рынок товаров потребительского назначения состоит из (Ќәкі:

1) компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации

покупателей, приобретающих товары для личного пользования, а также других участников рыночного процесса

людей, приобретающих товары для личного пользования

фирм-производителей товаров потребительского назначения

все ответы верны

216. Sual: Товары повседневного спроса характеризуются (Ќәкі: 1)

распространением через сеть специальных магазинов

приобретением на большую сумму денег

отсутствием необходимости в дополнительных консультациях продавцов

все ответы верны

правильного ответа нет

217. Sual: Что входит в предмет покупки предприятия - как субъекта

рынка? (Ќәкі: 1) **рабочая сила, земля, природные ресурсы, сырьё,**

полуфабрикаты, товары, деньги, ценные бумаги

товары для общественного, государственного пользования, предназначенные для национальной обороны, государственного управления, охраны общественного порядка, сохранения культурного наследия

имущественные ценности, принадлежащие предприятиям

интеллектуальная собственность

потребительские товары, имущественные ценности

218. Sual: Что входит в предмет покупки домашнего хозяйства - как субъекта рынка (Ѕәкі: 1) **потребительские товары, имущественные ценности**
рабочая сила, земля
имущественные ценности, принадлежащие предприятиям
интеллектуальная собственность
товары для общественного, государственного пользования, предназначенные для национальной обороны, государственного управления, охраны общественного порядка, сохранения культурного наследия

219. Sual: Что входит в комплекс количественных и оценочных показателей потребительского рынка (Ѕәкі: 1) количественные и оценочные показатели эффективности рыночных процессов на рынке потребительских товаров
количественные и оценочные показатели прогноза рынка (спроса) потребительских товаров
количественные и оценочные показатели маркетингового исследования потребительского рынка
количественные и оценочные показатели рыночной инфраструктуры потребительского рынка
все ответы верны

220. Sual: Что входит в количественные и оценочные показатели сбалансированности потребительского рынка (Ѕәкі: 1) конъюнктура рынка и сбалансированность спроса
соотношение товаров и услуг потребительского назначения
товарная структура продуктов питания
товарная структура непродовольственных товаров

все ответы верны

221. Sual: Чем отличается торговля при капитализме от предшествующих формаций? (Ѕәкі: 1) **торговый капитал отделился от промышленного капитала, начал играть стимулирующую его роль, исполнять функции стоимости и прибавочной стоимости**
торговый капитал начал играть посредническую роль между потребителями

начал играть роль обеспечения непрерывности воспроизводства

начал играть роль как сферы деятельности, создающий экономические отношения между самими физическими лицами

начал играть высшую, целенаправленную форму товарного обмена

222. Sual: Структура издержек обращения (Ѕәкі: 1) **удельные веса отдельных статей расходов в общем объеме расходов**
удельные веса отдельных статей расходов в общем объеме товарооборота
отношение суммы издержек обращения к сумме товарооборота в процентах

отношение суммы статей расходов к товарообороту

классификация статей расходов по группам

223. Sual: Задачей товарной политики является (Ѕәкі: 1) **управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью**
поиск потребителей, желающих приобрести товар
производить как можно больше товаров
все ответы верны
правильного ответа нет

224. Sual: Первая стадия в процессе создания нового продукта- это? (Ќәкі: 1)

управленческий анализ

конструирование товара

создание идеи

все ответы верны

правильного ответа нет

225. Sual: Товарная марка предназначена для того, чтобы (Ќәкі: 1)

компенсировать недостающее товару качество

обосновать перед потребителем более высокую цену на товар

дифференцировать товар на рынке среди себе подобных

все ответы верны

правильного ответа нет

226. Sual: Качество товара- это? (Ќәкі: 1) **набор необходимых функциональных характеристик товара предусмотренных потребителями обязательными**

способность товара выполнять свое функциональное назначение

отсутствие у товара видимых дефектов

все ответы верны

правильного ответа нет

227. Sual: Спрос можно считать эластичным, если (Ќәкі: 1) **при незначительном снижении цены значительно увеличивается спрос**

при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно

при изменении цены спрос не изменяется

спрос изменяется независимо от цены

все ответы верны

228. Sual: Выбор рыночного сегмента может базироваться на различных критериях. Какие из следующих утверждений являются неверными (Çәki:

1) **чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании**

между сегментами должна быть существенная разница

должна существовать возможность свободного доступа к сегментам

рыночный сегмент может базироваться на реальную ситуацию

рыночный сегмент базируется на динамику рыночной конъюнктуре

229. Sual: Что составляет основу развития организационной формы потребительского рынка (Çәki: 1) **ресурсный потенциал для**

формирования банков данных для принятия управленческих решений, денежный капитал и научно-информационные ресурсы

субъекты и объекты управления рынком

аналитические, продажные, производственные, управленческие и контрольные функции

все ответы верны

правильного ответа нет

230. Sual: Каков конечный этап распределения потребительских товаров? (Çәki: 1) оптовая торговля

мелкая оптовая торговля

розничная торговля

правильного ответа нет

все ответы верны

231. Sual: Какие из нижеперечисленных не относятся к товарам широкого потребления (Ѕәкі: 1) **товары, покупаемые для конечного потребления конечными потребителями**

товары, закупаемые для производственного потребления

товары, закупаемые для вторичного производства продукта

правильного ответа нет

все ответы верны

232. Sual: Что такое сегментирование рынка (Ѕәкі: 1) **деление конкурентов на однородные группы**

деление потребителей на однородные группы

деление товара на однородные группы

все ответы верны

правильного ответа нет

233. Sual: Поставщик персональных компьютеров продает компьютеры только для применения в бизнесе. Он принимает решение начать продажу этих компьютеров также и конечным пользователям (индивидуальным потребителям). Как можно назвать эту стратегию? (Ѕәкі: 1) **проникновение на рынок**

развитие рынка

правильного ответа нет

диверсификация

развитие продукта

234. Sual: Какие имеются плановые показатели (Ўэкі: 1)
количественные и качественные показатели и экономико-хозяйственные показатели
натуральные показатели, показатель товарооборота
план по труду, товарооборот
количественные показатели и экономические показатели
стоимостные показатели, издержки обращения
235. Sual: Какие виды планирования имеются в зависимости от периода и уровня (Ўэкі: 1) **стратегические, тактические и оперативные**
стратегические – краткосрочные и долгосрочные
оперативные планы, планирование по мелким предприятиям
среднесрочные и тактические планы
стратегические и долгосрочные планы
236. Sual: По характеру цели исследования могут быть (Ўэкі: 1)
кабинетные или полевые
кабинетные или полевые
поисковые, описательные или экспериментальные
все ответы верны
правильного ответа нет
237. Sual: Стратегия охвата рынка, при которой компания стремиться к охвату наиболее крупной части одного или нескольких субрынков - ...
маркетинг (Ўэкі: 1) сетевой
массовый
концентрированный

дифференцированный
недифференцированный

238. Sual: Микросреда фирмы- это? (Ѕәкі: 1) набор свойств товара
функциональные структуры предприятия
формальные и неформальные группы
силы и субъекты, на которые фирма может влиять
силы и субъекты, на которые фирма не может влиять

239. Sual: К микросреде предприятия не относиться (Ѕәкі: 1)
средства массовой информации
население всей страны
торговые организации
все ответы верны
правильного ответа нет

240. Sual: Что подразумевается под управлением потребительского
рынка (Ѕәкі: 1) **составная часть общей системы управления
предприятием, сочетание внутренней и внешней среды**
организация маркетинговой службы, управление персоналом
повышение эффективности маркетинговой деятельности, уменьшение
расходов
все ответы верны
правильного ответа нет

241. Sual: Какие имеются стадии процесса управления потребительским
рынком (Ѕәкі: 1) анализ рыночных возможностей, выбор целевого рынка

разработка комплекса маркетинга

внедрение маркетинговых мероприятий

все ответы верны

анализ рыночных возможностей, выбор целевого рынка, разработка комплекса маркетинга

242. Sual: Как понимается сущность понятия внешней среды в процессе управления потребительским рынком? (Ќәкі: 1) управление спросом
управление маркетинговых функций

совокупность мер, влияющих на деятельность предприятия

все ответы верны

правильного ответа нет

243. Sual: Какие направления объединяет в себе управление потребительским рынком (Ќәкі: 1) **управление деятельностью,**
управление маркетинговой деятельности и спроса

организация маркетинговой службы, контроль и управление

материальный и интеллектуальный потенциал

все ответы верны

правильного ответа нет

244. Sual: Укажите контрольный блок управления потребительского рынка (Ќәкі: 1) планирование
функции маркетинга

контроль

производство

все ответы верны

245. Sual: Что может быть объектом управления потребительского рынка (Ѕәкі: 1) конкуренты
потребители
товар, услуга
все ответы верны
правильного ответа нет

246. Sual: Какие основные типы управленческой структуры потребительского рынка (Ѕәкі: 1) цена и конкуренция
функциональный, товарный, рыночный, функционально-товарный, функционально-рыночный и др
продажа, исследование, коммуникация и сервис
все ответы верны
правильного ответа нет

247. Sual: . На каком уровне может быть разделена система управления потребительским рынком (Ѕәкі: 1) **верхний уровень, средний уровень, основной уровень**
стратегический уровень, тактический уровень
выбор целевого рынка, анализ рыночных возможностей
все ответы верны
правильного ответа нет

248. Sual: Как рассчитывается цена приобретения векселя торгового предприятия ($R_{пр}$), размещаемая с дисконтом (Δ): 1) **$R_{пр} = R_n - \Delta \cdot R_n / 100$ (R_n – номинальная цена векселя; Δ - дисконт, %)**

$R_{пр} = R_n - R_n \cdot t / 360$ (t – срок обращения векселя, дней)

$R_{пр} = R_n + I_v$ (I_v – абсолютный доход векселедержателя)

$R_{пр} = R_n - R_n / 100$

$R_{пр} = R_{ч} - R_n$ ($R_{ч}$ – цена сделки)

249. Sual: Что подразумевается под понятием внутренние возможности предприятия (Δ): 1) рациональная организация работы и управление им

материальный и интеллектуальный потенциал предприятия

управление маркетинговых функций

все ответы верны

правильного ответа нет

250. Sual: Маркетинговые возможности фирмы - это (Δ): 1) управление выполнением основных задач фирмы

привлекательное направление маркетинговых усилий фирмы в области завоевания конкурентных преимуществ

совокупность условий, создающих условия в получении прибыли фирмой

все ответы верны

правильного ответа нет

251. Sual: Что подразумевает в себе выполнение функций (Δ): 1) **управление выполнения основных задач, традиционно относящихся маркетингу**

управление процессом влияния на рынок

совокупность маркетинговых мероприятий

все ответы верны

правильного ответа нет

252. Sual: Управление спросом - это что (Ќәкі: 1) управление
выполнения основных задач, относящихся маркетингу

рассмотрение способов влияния на рынок

процесс повышения маркетинговых усилий фирмы

все ответы верны

правильного ответа нет

253. Sual: Выберите существующие принципы структурного управления
потребительского рынка (Ќәкі: 1) экономические
географические

технологические

функциональные

все ответы верны

254. Sual: Какое имеется маркетинговое планирование в организации
потребительского рынка (Ќәкі: 1) стратегическое и тактическое
планирование

долгосрочное, среднесрочное и оперативное планирование

текущее и перспективное планирование

все ответы верны

правильного ответа нет

255. Sual: Что такое управление личного состава (Ѕәкі: 1) личный состав работников организации
осознанное влияние на поведение сотрудников организации
принципы, методы и средства целенаправленного влияния на персонал
все ответы верны
правильного ответа нет

256. Sual: Что такое управление личного состава (Ѕәкі: 1) личный состав работников организации
осознанное влияние на поведение сотрудников организации
принципы, методы и средства целенаправленного влияния на персонал
все ответы верны
правильного ответа нет

257. Sual: Что такое организационная структура управления потребительского рынка (Ѕәкі: 1) разработка планов и программ предприятия
внутренняя структура организации, совокупность взаимосвязей между отделами и сотрудниками
процесс принятия коллегиального решения в управлении предприятия
все ответы верны
правильного ответа нет

258. Sual: Что такое концепция управления потребительским рынком (Ќәкі: 1) организация и управление маркетингом на предприятии в будущем

единый системный документ, сочетающий в себе цели, принципы и функции маркетинга

процесс стратегического и тактического управления предприятием

все ответы верны

правильного ответа нет

259. Sual: Что означает и какой вид имеет матрица консалтинговой компании Boston Consulting Group (Ќәкі: 1) матричный анализ деловой активности и матрицу вида «рост / доля

матричный анализ деловой активности и матрицу вида жизненного цикла

оценка управления маркетингом и и матрицу вида «привлекательности

оценка управления маркетингом и матрицу вида жизненного цикла

матричный анализ деловой активности и матрицу вида

260. Sual: Что такое товарное обращение (Ќәкі: 1) **совокупность денежного обмена всяких продуктов труда, предусмотренных для купли-продажи**

единственной фазой в процессе воспроизводства – это фаза обращения

обеспечение непрерывности общественного производства после реализации потребления

воспроизводство валового национального продукта

обмен по бартеру всяких продуктов труда, предусмотренных для купли-продажи

261. Sual: Как можно рассматривать торговлю с точки-зрения ее сущности (Ќәкі: 1) **как форму денежного обращения и форму национальной экономики,**

как совокупность национальной и внешней торговли

как применение денежного товарного обращения в национальной

как сферу деятельности, создающий экономические отношения между

как высшая, целенаправленная форма товарного обращения

262. Sual: Что такое ценовая эластичность (Ќәкі: 1) **колебание цены**
степень влияния рыночного спроса на изменение цены

коэффициент ценовой эластичности спроса

правильного ответа нет

все ответы верны

263. Sual: Как определяется коэффициент ценовой эластичности спроса? (Ќәкі: 1) **отношением доходов к расходам**

разницей прибыли и расходов

отношением процентного изменения спроса на процентное изменение цены

правильного ответа нет

все ответы верны

264. Sual: Какие основные факторы влияют на уровень цен в маркетинге? (Ќәкі: 1) **потребители и конкуренты**

потребительские расходы и уровень потребления

уровень потребления

потребители, каналы распределения

все ответы верны

265. Sual: Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается (Ќәкі: 1) большое число потребителей

превышение предложения над спросом

превышение спроса над предложением

все ответы верны

правильного ответа нет

266. Sual: Позиционирование товара –это (Ќәкі: 1) **определение основных потребительских свойств товара и их сравнение с аналогичными свойствами товара-конкурента для уточнения места товара на рынке**

анализ всего комплекса рыночной политики предприятия в отношении товара

определение потенциальных потребителей товара

все ответы верны

правильного ответа нет

267. Sual: Рынок товаров потребительского назначения состоит из (Ќәкі: 1) компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации

покупателей, приобретающих товары для личного пользования

людей, приобретающих товары для личного пользования

фирм-производителей товаров потребительского назначения

все ответы верны

268. Sual: Критерии оценки сегментов необходимы для (Ўэкі: 1)
определения емкости рынка

обоснования целевого рынка

формирования предложения для сегмента

все ответы верны

правильного ответа нет

269. Sual: Товары повседневного спроса характеризуются (Ўэкі: 1)
распространением через сеть специальных магазинов

приобретением на большую сумму денег

**отсутствием необходимости в дополнительных консультациях
продавцов**

все ответы верны

правильного ответа нет

270. Sual: Задачей товарной политики является (Ўэкі: 1) **управление
жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью**

поиск потребителей, желающих приобрести товар

производить как можно больше товаров

все ответы верны

правильного ответа нет

271. Sual: Первая стадия в процессе создания нового продукта- это?
(Ўэкі: 1) **управленческий анализ**

конструирование товара

создание идеи

все ответы верны

правильного ответа нет

272. Sual: Понятие «уровни товаров» отражает (Џәкі: 1) наличие нескольких видов упаковки товара
позиции, с которых рассматриваются характеристики товара
сорт товара, его качество

все ответы верны

правильного ответа нет

273. Sual: Что не входит в показатели эффективности на микроэкономическом уровне рыночных процессов в торговой отрасли? (Џәкі: 1) **расчет обобщенного показателя эффективности рыночных процессов на потребительском рынке товаров и услуг**
анализ розничной торговой сети в потребительском рынке
оценка показателей рыночной инфраструктуры розничного потребительского рынка
прогнозирование потребности на субъекты розничного потребительского рынка
расчет балансовым методом движения торговой сети розничного потребительского рынка

274. Sual: Что не входит в типы рынков по потребительскому назначению рынка (Џәкі: 1) рынок товаров производственного назначения
рынок товаров потребительского назначения
рынок услуг
рынок отдельных производственных услуг

все ответы верны

275. Sual: При сегментировании рынка какие параметры нельзя брать за основу (Ќәкі: 1) половые
период жизненного цикла семьи
уровень доходов
правильного ответа нет

все ответы верны

276. Sual: Закрытые вопросы включают в себя (Ќәкі: 1) источники
информации
возможные варианты ответов
вторичную информацию
первичную информацию
все ответы верны

277. Sual: Маркетинговая информация в зависимости от стадии
переработки может быть? (Ќәкі: 1) внешний
внутренний
первичной
все ответы верны

278. Sual: Система анализа маркетинговой информации включает в
себя? (Ќәкі: 1) базы данных
систему маркетинговой информации
банк методов и моделей

все ответы верны
правильного ответа нет

279. Sual: Банк моделей необходим для? (Ѕәкі: 1) **выполнение статистических расчетов**

поддержки принятия управленческих решений
упрощенная коммуникация

все ответы верны
правильного ответа нет

280. Sual: Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей магазина, которые сделали покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать? (Ѕәкі: 1) **наблюдение**
опрос

эксперимент
все ответы верны
правильного ответа нет

281. Sual: Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения? (Ѕәкі: 1) **лабораторную кабинетную**
полевую

все ответы верны
правильного ответа нет

282. Sual: В случаях, когда необходимо обеспечить стабильность условий проведения исследования, используются такая форма наблюдения, как? (Ѕәкі: 1) полевая
лабораторная
с непосредственным участием исследования
все ответы верны
правильного ответа нет

283. Sual: Открытые вопросы анкеты не включают в себя (Ѕәкі: 1)
завершение предложения
словесную ассоциацию
семантический дифференциал
все ответы верны
правильного ответа нет

284. Sual: Способ связи с аудиторией, который характеризуется возможностью быстро получить информацию с небольшими затратами, это (Ѕәкі: 1) **телефон**
почта
интернет
все ответы верны
правильного ответа нет

285. Sual: Сложность вопросов может быть препятствием для использования такого вида связи с аудиторией, как? (Ѕәкі: 1) почта
телефон
интервью

все ответы верны

правильного ответа нет

286. Sual: Произведено товара X 3000 ед. Импорт 500 ед. Экспорт 200 ед. Остатки на складах торговых организаций на начало года 50 ед. Остатки на складах торговых организаций на конец года 150 ед. Годовая ёмкость рынка равна (Ѕәкі: 1) **3200**

3000

3900

3100

3500

287. Sual: Методами наблюдения являются: (Ѕәкі: 1) **аудит розничной торговли**

проверка мусорных баков

опрос, при котором нет непосредственного контакта с интервьюируемым

лабораторный эксперимент с имитацией реального магазина

исследование восприятия потребителей

288. Sual: Что такое протекционизм (Ѕәкі: 1) **политика защиты отечественной экономики от внешних влияний, конкуренции**

политика уменьшения влияния рыночных сил

политика, отличное от свободной торговой политики

протекция возникает на определенном этапе экономического развития

пропаганда, направленная на защиту отечественной экономики от иностранных инвесторов

289. Sual: Что такое риск? (Ќәкі: 1) **риск – вероятность не возникновения прогнозируемого случая**
вероятность недополучения прибыли
вероятность увеличения расходов
вероятность уменьшения объемов товарооборота
вероятность увеличения количества работников, снижения производительности труда

290. Sual: Как форма продажи продукции что представляет из себя лизинг? (Ќәкі: 1) **непосредственная продажа товаров от производителя потребителю**
продажа машин и оборудования, форма финансирования договоров
форма продажи по полному оплате стоимости
правильного ответа нет
все ответы верны

291. Sual: По значению цели исследования могут быть (Ќәкі: 1) **кабинетные или полевые**
перспективные или текущие
поисковые, описательные или экспериментальные
все ответы верны
правильного ответа нет

292. Sual: По источникам информации исследования могут быть (Ќәкі: 1) **кабинетные ил полевые**
перспективные или текущие
поисковые, описательные или экспериментальные

все ответы верны

правильного ответа нет

293. Sual: Целью функционирования маркетинговой информационной системы является? (Ќәкі: 1) создание плана маркетинга
предоставление информации для принятия управленческих решений
реализация маркетинговой концепции управления предприятием

все ответы верны

правильного ответа нет

294. Sual: Основные процессы, которые необходимо организовать для функционирования маркетинговой информационной системы? (Ќәкі: 1)

сбор, переработка, анализ, передача и хранение информации

принятие решения по управлению предприятием

принятие решений по управлению маркетингом

все ответы верны

правильного ответа нет

295. Sual: Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы? (Ќәкі: 1) квалификационный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации
методические приемы работы с информацией

офисное оборудование

все ответы верны

квалификационный персонал

296. Sual: В чем заключается отличие панельного опроса от других видов опроса (Ѕәкі: 1) проводится по одной и той же теме на разных выработках
- проводится на одной и той же выборке по разными темам**
- проводится по одной и той же теме на одной и той же выработке в произвольное время
- проводится по той же теме, на той же выборке через четко определенные периоды времени
- правильного ответа нет
297. Sual: Вопросы, именуемые «детектор», используется для проверки (Ѕәкі: 1) уровня знаний респондента о предмете исследования
- искренности высказываний респондента**
- правильности составления анкеты
- все ответы верны
- правильного ответа нет
298. Sual: Товарная марка предназначена для того, чтобы (Ѕәкі: 1) компенсировать недостающее товару качество
- обосновать перед потребителем более высокую цену на товар
- дифференцировать товар на рынке среди себе подобных**
- все ответы верны
- правильного ответа нет
299. Sual: Методами экспертных оценок являются (Ѕәкі: 1) **фокус-группы, Дельфи и мозгового штурма**
- опроса разовой выборки

моделирования рынка

все ответы верны

правильного ответа нет

300. Sual: Как определяется емкость рынка (Çәki: 1) объем

национального производства (v)+экспорт ($э$)+ импорт ($и$)

$v + э - и +$ разница объема запасов (запасы возросли)

$v + э - и —$ разница объема запасов (запасы возросли)

$v — э + и —$ разница объема запасов (запасы возросли)

$v — э + и$