

3734_Ru_Qiyabi_Yekun imtahan testinin sualları

Fənn : 3734 Kommersiya fəaliyyətinin təşkili

1 Основной задачей увещательной рекламы является:

- убеждение покупателя приобрести рекламируемую услугу;
- способствовать популяризации услуги;
- удержание в памяти потребителей информации об услуге;
- формирование осведомленности и знания о новой услуге;
- поддерживать конкуренцию.

2 Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей – это:

- социальная реклама;
- политическая реклама.
- имиджевая реклама.
- бизнес-реклама;
- Торговая реклама.

3 Размер бегущей строки не должен превышать:

- 7 % площади кадра;
- 12% площади кадра;
- 10 % площади кадра;
- 5 % площади кадра;
- 15% площади кадра

4 В радио – и телепрограммах, не зарегистрированных в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, реклама не должна превышать:

- 25 % объема вещания в течение суток;
- 35% объема вещания в течение суток;
- 30 % объема вещания в течение суток.
- 40 % объема вещания в течение суток;
- 45% объема вещания в течение суток.

5 Какая из перечисленных услуг выполняет экономическую функцию в процессе производства материальных благ?

- услуги технического обслуживания оборудования;
- удовлетворение населения в различных видах обслуживания;
- услуга по восстановлению ранее утраченных потребительских свойств;
- услуги образовательских учреждений;
- услуги культурно-зрелищных учреждений.

6 Какая из перечисленных услуг выполняет экономическую функцию в процессе воспроизводства рабочей силы?

- услуги образовательских учреждений;
- удовлетворение населения в различных видах обслуживания;
- услуга по восстановлению ранее утраченных потребительских свойств;
- услуги технического обслуживания оборудования;

- услуги культурно-зрелищных учреждений.

7 Какая из перечисленных услуг выполняет экономическую функцию создания дополнительных материальных благ путем производства на заказ предметов длительного пользования и восстановлению ранее утраченных потребительских свойств?

- услуга по восстановлению ранее утраченных потребительских свойств;
 удовлетворение населения в различных видах обслуживания;
 услуги технического обслуживания оборудования;
 услуги образовательных учреждений;
 услуги культурно-зрелищных учреждений.

8 Какая из перечисленных услуг выполняет социальную функцию ?

- услуги культурно-зрелищных учреждений.
 услуга по восстановлению ранее утраченных потребительских свойств;
 услуги технического обслуживания оборудования;
 услуги образовательных учреждений;
 удовлетворение населения в различных видах обслуживания;

9 Какой из перечисленных услуг участвует в производстве материальных услуг?

- торговля;
 шоу-бизнес;
 наука;
 здравоохранение
 искусство.

10 Какой из перечисленных услуг участвует в производстве нематериальных услуг?

- шоу-бизнес;
 торговля;
 бытовое обслуживание;
 транспорт;
 жилищное обслуживание.

11 Какой из перечисленных услуг относится к инфраструктурному сектору услуг?

- транспорт;
 здравоохранение
 наука;
 Торговля
 образование.

12 Какой из перечисленных услуг относится к распределительно обменно сектору услуг ?

- Торговля
 здравоохранение
 транспорт;
 наука;
 образование.

13 Какой из перечисленных услуг относится к социально-управленческому сектору услуг ?

- Торговля
 страхование;

- транспорт;
- связь;
- образование.

14 Какой из перечисленных услуг относится к производственному типу услуг ?

- инжиниринг
- транспорт;
- связь;
- Торговля
- страхование;

15 Какой из перечисленных услуг относится к распределительному типу услуг ?

- транспорт;
- реклама;
- финансы;
- страхование;
- лизинг.

16 Какой из перечисленных услуг относится к профессиональному типу услуг ?

- банковские услуги;
- транспорт;
- связь;
- Торговля
- инжиниринг

17 Какой из перечисленных услуг относится к потребительскому типу услуг ?

- парикмахерские услуги;
- банковские услуги;
- связь;
- Торговля
- инжиниринг

18 Какой из перечисленных услуг относится к общественному типу услуг ?

- образовательные услуги;
- Торговля
- парикмахерские услуги;
- банковские услуги;
- инжиниринг

19 Какой из перечисленных услуг относится к ориентированным на производство ?

- услуги производственной инфраструктуры.
- парикмахерские услуги;
- образовательные услуги;
- услуги органов государственного управления;
- банковские услуги;

20 Какой из перечисленных услуг относится к ориентированным на общество ?

- услуги органов государственного управления;
- банковские услуги;

- парикмахерские услуги;
- образовательные услуги;
- услуги производственной ифраструктуры

21 Какой из перечисленных услуг относится к ориентированным на домашнее хозяйство ?

- услуги по ремонту бытовой техники
- парикмахерские услуги;
- образовательные услуги;
- услуги органов государственного управления;
- банковские услуги;

22 Какой из перечисленных услуг относится к услугам личного характера ?

- парикмахерские услуги;
- банковские услуги;
- образовательные услуги;
- услуги органов государственного управления;
- услуги по ремонту бытовой техники.

23 Какие из перечисленных услуг направлены на человека?

- пассажирские перевозки;
- прачечные;
- уборка;
- грузовые перевозки;
- услуги по ремонту бытовой техники

24 Какие из перечисленных услуг направлены на физические объекты?

- уборка;
- охраны здоровья;
- пассажирские перевозки;
- отели ;
- салоны красоты

25 Какие из перечисленных услуг направлены на сознание человека?

- реклама;
- охраны здоровья;
- пассажирские перевозки;
- отели ;
- салоны красоты

26 Какие из перечисленных услуг основаны на обработке информации?

- реклама;
- юридические услуги
- охраны здоровья;
- пассажирские перевозки;
- отели ;

27 Что из перечисленного относится к компоненту ценности услуги-воспринимаемое качество?

- стиль общения;
- цена услуги;

- физические усилия;
- период выгод;
- психологические выгоды.

28 Что из перечисленного относится к компоненту ценности услуги-время?

- период выгод;
- цена услуги;
- стиль общения;
- физические усилия;
- психологические выгоды.

29 Что из перечисленного относится к компоненту ценности услуги-неденежная цена?

- физические усилия;
- цена услуги;
- стиль общения;
- период выгод;
- психологические выгоды.

30 Что из перечисленного относится к компоненту ценности услуги-внешние признаки?

- психологические выгоды.
- стиль общения;
- физические усилия;
- основная услуга;
- цена услуги;

31 Что из перечисленного относится к компоненту ценности услуги-внутренние присущие признаки?

- основная услуга;
- цена услуги;
- стиль общения;
- физические усилия;
- психологические выгоды.

32 Что из перечисленного относится к компоненту ценности услуги-цена в стоимостном выражении?

- цена услуги;
- стиль общения;
- физические усилия;
- основная услуга;
- психологические выгоды.

33 Что из перечисленного относится к профильным факторам влияющими на общую ценность услуги?

- оборудование;
- интерьер офиса и салона;
- личностные характеристики персонала;
- психологическая подготовка персонала;
- уровень обслуживания.

34 Что из перечисленного относится к маркетинговым факторам влияющими на общую ценность услуги?

- личные характеристики персонала;
- технологии;
- оборудование;
- материалы;
- квалификация персонала.

35 Что из перечисленного относится к внешним факторам влияющими на поведение человека при покупке услуг?

- референтные группы;
- выгода;
- мотив;
- эмоции;
- здоровье.

36 Что из перечисленного относится к внутренним факторам влияющими на поведение человека при покупке услуг?

- выгода;
- статистические характеристики;
- референтные группы;
- класс;
- социальный статус.

37 Что из перечисленного не относится к внутренним факторам влияющими на поведение человека при покупке услуг?

- социальный статус;
- выгода;
- мотив;
- эмоции;
- здоровье.

38 Что из перечисленного не относится к внутренним факторам влияющими на поведение человека при покупке услуг?

- культура;
- престиж;
- здоровье;
- выгода;
- мотив.

39 Что из перечисленного не относится к функциональному качеству обслуживания?

- доставка багажа;
- бронирование номера;
- дружелюбие;
- вызов такси.
- сопровождение в номер;

40 Какие из перечисленных услуг относятся к профессиональным услугам?

- консультационные услуги;
- инжиниринговые услуги;
- услуги в торговле по закупке и сбыту товаров;
- услуги по туризму
- услуги здравоохранения.

41 Какие из перечисленных услуг относятся к общественным услугам?

- услуги здравоохранения
- услуги в торговле по закупке и сбыту товаров;
- консультационные услуги;
- услуги по туризму
- лизинговые услуги;

42 Укажите основные факторы, влияющие на размещение розничной сети

- градостроительные, транспортные, социальные, экономические
- уровень жизни населения, уровень цен на товары, демографические
- типизация магазинов, уровень специализации торговой сети
- демографические, социальные, производственные
- товарно-ассортиментный профиль торговой сети, формы обслуживания потребителей, типизация магазинов

43 Какие виды счетов не открывают организации в коммерческих банках?

- виртуальные счета
- специальные счета
- текущие счета
- расчетные счета
- валютные счета

44 Какие виды счетов не открывают организации в коммерческих банках?

- лизинговые счета
- расчетные счета
- депозитные счета
- бюджетные счета
- текущие счета

45 Расчетные счета предназначены для

- осуществления текущих платежей по распоряжению организации и зачисления поступлений денежных средств в ее адрес
- осуществления расчетов в иностранной валюте
- хранения средств строго целевого назначения
- коммерческих учреждений и коммерческих организаций, не являющихся юридическими лицами
- временно свободных денежных средств на определенный срок под определенный процент

46 Расчетные счета используются организациями для

- все ответы верны
- с рабочими и служащими по заработной плате
- сумм полученных кредитов и иных поступлений, осуществления расчетов с поставщиками, бюджетом по налогам
- зачисления выручки от реализации продукции, работ, услуг, а также учета своих доходов от внеоперационных операций

- с банками по полученным кредитам и процентам по ним, а также платежей по решениям судов

47 Текущие счета открывают для

- коммерческих учреждений и коммерческих организаций, не являющихся юридическими лицами, например филиалов
- временно свободных денежных средств на определенный срок под определенный процент
- осуществления расчетов в иностранной валюте
- хранения средств строго целевого назначения
- осуществления текущих платежей по распоряжению организации и зачисления поступлений денежных средств в ее адрес

48 Специальные счета используются для

- хранения средств строго целевого назначения
- коммерческих учреждений и коммерческих организаций, не являющихся юридическими лицами, например филиалов
- временно свободных денежных средств на определенный срок под определенный процент
- осуществления расчетов в иностранной валюте
- осуществления текущих платежей по распоряжению организации и зачисления поступлений денежных средств в ее адрес

49 Сущность расчета в порядке плановых платежей

- Покупатель оплачивает поступающий товар равными суммами в сроки, установленные соглашением между ним и поставщиками;
- Распоряжение владельца счета банку на перечисление денежных средств с его расчетного счета на счет покупателя денег ;
- Поручение отделения банка покупателя отделению банка поставщика об открытии специального аккредитивного счета;
- Получатель средств представляет в обслуживающий его банк расчетный документ, содержащий требование к плательщику об уплате получателю определенной суммы;
- Письменное поручение владельца счета обслуживающему его банку на перечисление указанной в чеке суммы денег с его счета на счет получателя средств.

50 Укажите основные функции финансов торговли.

- Оперативность, распределение, контроль, стимулирование
- Производство, торговля, хозяйствование
- Распределение, контроль, услуги, экономия
- Продажа, покупка, контроль, услуги
- Экономия, риск, экономическое стимулирование

51 Какие имеются формы кредита в рыночных условиях?

- Банковские кредиты и торговый (коммерческий) кредит
- Экономические и хозяйственные кредиты
- Основные и оборотные кредиты
- Производственный кредит и торговый кредит
- Кредиты предприятия и производственный кредит

52 На чем основывается анализ финансового положения фирмы?

- На бухгалтерские и финансовые отчеты
- На материалы оперативного учета
- На баланс денежных доходов и расходов населения
- На баланс розничной продажи товаров

- На материалы по валовому доходу и прибыли

53 Какими средствами осуществляется товарно-денежные расчеты торговых предприятий?

- С участием покупателей и поставщиков товаров
- С помощью товарного обмена и наличных денежных переводов
- С помощью кратко- и долгосрочных кредитов
- Все расчеты производятся с помощью перевода наличных денежных средств
- С помощью расчетных и текущих счетов в банке

54 На какие счета подразделяются расчеты между хозяйствующими предприятиями в зависимости характера проводимых операций?

- На товарные и нетоварные расчеты
- На наличные и безналичные расчеты
- На расчеты по издержкам и прибыли
- На расчеты по товарообороту и прибыли
- На расчеты с использованием аккредитивов и чеков

55 Что такое бартер

- Товары, ввозимые на таможенную территорию государства, произведенные за рубежом
- Товары, ввозимые на таможенную территорию государства, произведенные за рубежом;
- Система безналичных расчетов, основанная на зачете взаимных требований и обязательств
- Товар, перемещаемый через таможенную границу и вывозимый с территории государства
- Сделка, предусматривающая обмен определенного количества товара на обусловленное количества другого товара

56 Что относится к денежным средствам предприятия?

- Деньги, находящиеся в кассе, банковских, расчетных, валютных специальных и депозитных счетах, аккредитивах, чековых книжках переводах в пути и денежных депозитах;
- Деньги, находящиеся в чековых книжках, переводах в пути и денежных депозитах;
- Деньги, находящиеся в специальных и депозитных счетах
- Деньги, находящиеся в кассе и на расчетном счете предприятия;
- Деньги, находящиеся в переводах в пути и денежных документах

57 Какими документами оформляется поступление наличных денежных средств в кассу предприятия?

- Кассовыми приходными ордерами;
- Выпиской из кассовой книги
- Квитанцией, прилагаемой к кассовому приходному ордеру;
- Кассовыми расходными ордерами
- Платежно-расчетной ведомостью

58 Дайте определение розничному товарообороту.

- Продажа товаров непосредственно потребителям
- Этап, характеризующий доведение товаров от производства оптовому звену
- В начальном звене продажи товаров производителями потребителям
- Продажа товаров организациям и предприятиям в срединном звене товародвижения
- Конечная фаза процесса воспроизводства

59 Какие средства труда относятся в состав основных фондов торговли?

- Здания, оборудования и транспортные средства
- Незавершенное производство
- Запасы полуфабрикатов
- Запасы сырья
- Денежные средства, прочие активы

60 От каких признаков зависит объем и характер выполняемых магазином функций?

- От его типа, размера, технической оснащенности, места расположения
- От товарно-ассортиментного профиля
- От продолжительности рабочего дня
- От типизации и специализации
- От объема дополнительных услуг

61 Методы завоза товаров на розничные торговые предприятия:

- Централизованным и децентрализованным методом
- На основе договора поставки
- Собственный транспорт поставщика
- Самовывоз
- Автотранспортом общего пользования

62 Виды услуг, оказываемые покупателю:

- Связанные с помощью покупателю в совершении покупки, информационно-консультационные, по созданию удобств
- Услуги, связанные с дополнительными затратами торгового предприятия
- Услуги универсальных магазинов
- Платные и бесплатные услуги
- Реализация продовольственных товаров с потреблением на месте

63 Внемагазинные формы продажи товаров:

- Продажа через сеть мелкорозничных предприятий, розничная посылочная торговля, продажа через автоматы, продажа на ярмарках и базарах
- Обслуживание престарелых и многодетных семей на дому
- Комплектование праздничных наборов
- Доставка товаров на дом покупателю
- Продажа через сеть торговых автоматов

64 Кто такой маклер

- Работник биржи, ведущий торги на бирже
- Агент, который сводит две стороны
- Независимый посредник
- Биржевой посредник между продавцами и покупателями по осуществлению торговых операций
- Дилер, который на свой страх и риск самостоятельно покупает и продает товары

65 Кто такой брокер?

- Биржевой посредник между продавцами и покупателями по осуществлению торговых операций
- Агент, который сводит две стороны
- Независимый посредник
- Работник биржи, ведущий торги на бирже
- Дилер, который на свой страх и риск самостоятельно покупает и продает товары

66 Классификация розничной торговой сети по признаку стационарности

- Стационарную, полустационарную, передвижную
- Полустационарную, передвижную
- Стационарную, передвижную, разводная, разносная
- Стационарную, полустационарную, разводная, разносная
- Стационарную, разводная, разносная

67 Приемка товаров по количеству

- Сверка массы, числа мест, единиц фактически поступивших товаров с показателями сопроводительных документов
- Числа мест, единиц фактически поступивших товаров с показателями сопроводительных документов
- Числа мест фактически поступивших товаров с показателями сопроводительных документов
- Сверка массы фактически поступивших товаров с показателями сопроводительных документов
- Сверка массы, числа мест фактически поступивших товаров с показателями сопроводительных документов

68 Когда принят закон Азербайджанской Республики Об электронной торговле

- 2004
- 2000
- 2007
- 2006
- 2002

69 Каким методом осуществляется продажа в магазине-складе?

- Самообслуживание
- Посредством витрин
- За прилавком
- Продажа по образцам
- Специализированной формой

70 Товар, обладающий определенными потребительскими свойствами, качеством, дизайном, марочным названием и внешним оформлением, относится к:

- реальному товару
- все вышеуказанные варианты верны
- товару с подкреплением
- товару по замыслу
- среди вышеуказанных правильного ответа нет

71 Как называется стратегия, при которой всем производимым предприятием товарным ассортиментам присваивается единое наименование:

- единое корпоративное наименование
- корпоративное марочное наименование
- наименование товарного ассортимента
- индивидуальные наименования марок
- безмарочные товары

72 Как называется стратегия, при которой наименование марки увязано с названием предприятия:

- корпоративное марочное наименование

- наименование товарного ассортимента
- единое корпоративное наименование
- индивидуальные наименования марок
- безмарочные товары

73 Как называется стратегия, при которой предприятие каждому товарному ассортименту присваивает отдельное наименование и данное наименование распространяется на все товары, входящие в ассортимент

- наименование товарного ассортимента
- корпоративное марочное наименование
- единое корпоративное наименование
- индивидуальные наименования марок
- безмарочные товары

74 По каким признакам классифицируются товары

- Частота спроса, стабильность и характер предъявляемого спроса;
- Стабильность; характер предъявляемого спроса;
- Частота спроса, характер предъявляемого
- Частота спроса, стабильность спроса;
- Частота спроса, стабильность и характер предъявляемого спроса, полнота спроса.

75 Что такое устойчивый спрос

- Предъявляется на определенный товар и не допускает его замены;
- Предъявляется на определенный товар и не допускает его замены; спрос возникающий под воздействием рекламы
- Предъявляется на определенный товар и не допускает его замены; формируется в процессе непосредственного ознакомления покупателей с товаром;
- Спрос возникающий под воздействием рекламы, выкладки товаров, предложений продавца;
- Формируется в процессе непосредственного ознакомления покупателей с товаром

76 Что такое альтернативный спрос

- Формируется в процессе непосредственного ознакомления покупателей с товаром и его особенностями;
- Предъявляется на определенный товар и не допускает его замены; формируется в процессе непосредственного ознакомления покупателей с товаром;
- Спрос возникающий под воздействием рекламы, выкладки товаров, предложений продавца;
- Предъявляется на определенный товар и не допускает его замены;
- Предъявляется на определенный товар ; спрос возникающий под воздействием рекламы

77 Сколько этапов формирования товаров в магазинах

- Три
- Пять
- Четыре
- Два
- Шесть

78 Цена продажи товара - это:

- номинальная цена товара
- совокупность номинальной цены товара и расходов за весь период эксплуатации (включая расходы по установке и транспортировке)

- сумма расходов на установку товара и сервисные услуги
- сумма расходов на сбыт товара
- сумма переменных (прямых) и постоянных (накладных) расходов, связанных с производством продукции

79 За счёт каких факторов предприятие добивается увеличения как объёма продаж, так и доли рынка при дифференцированной стратегии:

- за счёт дифференциации товаров путём адаптации потребительских свойств производимых товаров потребностям различных рыночных сегментов
- за счёт совершенствования потребительских свойств товара и концентрации деятельности на субсегментах
- за счёт вложения дополнительных инвестиций и совершенствования производственных технологий
- за счёт вложения дополнительных инвестиций и усиления материально-технической базы производства
- за счёт снижения издержек, затраченных на товар

80 За счёт каких факторов предприятие добивается увеличения как объёма продаж, так и доли рынка при концентрированной стратегии:

- за счёт концентрации деятельности на субсегментах и производства для них товаров
- за счёт дифференциации товаров путём адаптации потребительских свойств производимых товаров потребностям различных рыночных сегментов
- за счёт вложения дополнительных инвестиций и совершенствования производственных технологий
- за счёт вложения дополнительных инвестиций и усиления материально-технической базы производства
- за счёт снижения издержек, затраченных на товар

81 Основные понятия экспортно-импортных операций

- Порядок вывоза и ввоза товаров
- Перечень таможенных пошлин, которыми облагаются товары при импорте в данную страну и экспорте из нее
- Торговля одной страны с другими странами, состоящая из ввоза и вывоза товаров
- Максимальный объем товара, который разрешен для импорта в течении определенного времени
- Налог, взимаемый при пересечении товаром таможенной границы, оказывает влияние на объем и структуру внешнеторгового оборота

82 Что такое импорт

- Товары, ввозимые на таможенную территорию государства, произведенные за рубежом
- Система безналичных расчетов, основанная на зачете взаимных требований и обязательств
- Сделка, предусматривающая обмен определенного количества товара на обусловленное количество другого товара
- Товар, перемещаемый через таможенную границу и вывозимый с территории государства
- Товар, перемещаемый через таможенную границу ; сделка, предусматривающая обмен определенного количества товара на обусловленное количество другого товара

83 Что такое экспорт

- Товар, перемещаемый через таможенную границу и вывозимый с территории государства
- Система безналичных расчетов , основанная на зачете взаимных требований
- Сделка, предусматривающая обмен определенного количества товара
- Товары, ввозимые на таможенную территорию государства
- Товары, ввозимые на таможенную территорию государства, произведенные за рубежом ; товар, перемещаемый через таможенную границу

84 Что из указанных ниже относится к методам выхода на международные рынки:

- экспортная, совместная предпринимательская деятельность и вложение прямых инвестиций в зарубежных странах
- адаптация товаров к потребностям международных рынков
- модификация как товаров, так и коммуникационной системы
- организация торговых домов, ярмарок и выставок
- создание международного маркетингового отдела

85 С каким экономическим показателем страны связана финансовая деятельность торговой фирмы?

- Денежное обращение
- Оптимизация прибыли
- Структура товарооборота
- Макроэкономические показатели
- Объем валового внутреннего продукта

86 Какие документы относятся к банковским платежным документам

- Объявления о взносе денег, платежные поручения, платежные требования, чеки и аккредитивы
- Платежное требование, платежные поручения, платежное требование- поручения;
- Приходные и расходные кассовые ордера, платежные требования, платежные поручения, чеки и аккредитивы;
- Приходные кассовые ордера, объявления о взносе денег, платежные требования, чеки и аккредитивы
- Чеки и аккредитивы

87 Косвенный экспорт - это:

- экспорт, осуществляемый независимыми международными маркетинговыми посредниками
- операции, проводимые на тендерах
- операции, проводимые на биржах, ярмарках и выставках
- экспорт, осуществляемый оптовыми предприятиями страны
- экспорт, независимо осуществляемый самим предприятием

88 Прямой экспорт - это:

- экспорт, независимо осуществляемый самим предприятием
- операции, проводимые на тендерах
- операции, проводимые на биржах, ярмарках и выставках
- экспорт, осуществляемый оптовыми предприятиями страны
- экспорт, осуществляемый независимыми международными маркетинговыми посредниками

89 К совместной предпринимательской деятельности не относится:

- строительство собственного завода в зарубежных странах
- управление по контракту
- подрядное производство
- лицензирование
- совместное владение предприятием

90 Что такое таможенных тариф

- Перечень таможенных пошлин , которыми облагаются товары при импорте в данную страну и экспорте из нее
- Порядок вывоза и ввоза
- Налог, взимаемый при пересечении товаром таможенной границы, который оказывает влияние на объем и структуру внешнеторгового оборота

- Взимаемые при торговле одной страны с другими странами
- Максимальный объем товара, который разрешен для импорта в течении определенного времени

91 Что такое таможенная пошлина

- Налог, взимаемый при пересечении товаром таможенной границы, который оказывает влияние на объем и структуру внешнеторгового оборота
- Порядок вывоза и ввоза товаров
- Перечень таможенных пошлин, которыми облагаются товары при импорте в данную страну и экспорте из нее
- Торговля одной страны с другими странами, состоящая из ввоза и вывоза товаров
- Максимальный объем товара, который разрешен для импорта в течении определенного времени

92 Какие из ниже перечисленных действий не относятся к технике оформления внешнеторговых операций

- Оферта
- Заключение договоров
- Участие в переговорах
- Подтверждение заказов со стороны покупателей
- Подготовка договора в 4-х экземплярах и предоставление двух из них другой стороне

93 Транснациональная корпорация – это:

- крупнейшая компания, функционирующая на мировом рынке, занимающая передовые позиции по производству и реализации и продукции
- альянс-союз, объединение нескольких организаций, предприятий, лиц на договорной основе
- финансово-промышленная группа
- оптовый торговец-крупное коммерческо-посредническое предприятие
- венчурные предприятия

94 Мировая цена – это:

- продажная цена товара, поставляемого на мировой рынок
- экспортная цена товара, поставляемого на мировой рынок
- Мировая цена на товары, производство которых носит сезонный характер
- денежное выражение международной стоимости товара, поставляемого на мировой рынок
- импортная цена товара, поставляемого на мировой рынок

95 Чем объясняется снижение цены и объёма продаж товара А в отчётном году:

- увеличением величины предложения
- повышением качества продукции
- увеличением объёма спроса
- уменьшением объёма спроса
- совершенствованием технологии производства товара

96 Диверсификация по схожим признакам - это:

- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт новых товаров, входящих в схожий товарный ассортимент
- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт товаров, произведённых на основе технологии, полностью отличающейся от существующей технологии производства
- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт новых товаров, входящих в существующий товарный ассортимент
- расширение производственных мощностей предприятия

- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт товаров, произведённых на основе внедрения нового оборудования и техники

97 Диверсификация по различным признакам - это:

- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт товаров, произведённых на основе технологии, полностью отличающейся от существующей технологии производства
- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт новых товаров, входящих в существующий товарный ассортимент
- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт новых товаров, входящих в схожий товарный ассортимент
- расширение производственных мощностей предприятия
- процесс привлечения инвестиций для расширения товарной номенклатуры предприятия

98 Что из указанных ниже относится к методам выхода на международные рынки:

- экспортная, совместная предпринимательская деятельность и вложение прямых инвестиций в зарубежных странах
- организация торговых домов, ярмарок и выставок
- модификация как товаров, так и коммуникационной системы
- адаптация товаров к потребностям международных рынков
- создание международного маркетингового отдела

99 Подготовка договора в 4-х экземплярах и предоставление двух из них другой стороне

- Выбор и разработка способов включения страны в систему международного разделения труда
- Активное участие в политике изменения соотношений экспортных и импортных цен
- Обеспечение страны необходимыми средствами производства, а также личными потребительскими товарами, которые в ней не производятся или являются дефицитными
- Целенаправленное построение структуры национальной экономики и ее реструктурирование в соответствии с возникающими международными проблемами
- Предпочтение внешнеторговым интересам во вред экономической безопасности страны

100 Что представляет собой квота?

- максимальный объем разрешенного экспорта и импорта товаров в течение определенного периода времени
- таможенные сборы за хранение товаров
- налог на добавленную стоимость
- таможенная пошлина
- плата за участие в таможенных аукционах

101 В каких случаях применяются специальные пошлины

- Ответные действия Азерб. Республики по отношению к государствам, применившим неравноправные действия, затронувшие интересы Азерб. Республики
- Высокие таможенные пошлины применяемые при неравнозатрагивающих интересы Азерб. Республики
- Нетарифные барьеры, применяемые при неравноправных действиях других государств, затрагивающих интересы Азерб. Республики
- Валютные ограничения, применяемые при неравноправных действиях других государств, затрагивающих интересы Азерб. Республики
- Тарифные барьеры затрагивающих интересы Азерб. Республики

102 Когда возникла внешняя торговля?

- В эпоху рабовладельческого строя
- В эпоху феодализма

- Во II тыс. до н.э.
- В конце IV тыс. до н.э.
- В I тыс. до н.э.

103 Рынок, соответствующий положению, при котором объём спроса превышает предложение, - это:

- рынок производителей
- рынок правительственных учреждений
- рынок посредников
- рынок средств производства
- рынок потребителей

104 Какие из нижеперечисленных не относятся к целям внешнеполитической политики?

- Интересы внешней политики страны стоят выше экономической безопасности
- Активное участие в политике изменения ценовых соотношений импорта и экспорта
- Обеспечение страны необходимыми, а также не производимыми в своей стране, или же дефицитными средствами производства
- Целенаправленное построение структуры экономики страны и изменение его в соответствии с новыми международными проблемами
- Выбор, разработка способов присоединения страны к международному разделению труда

105 По условиям CIF-поставки в контрактную цену входит:

- стоимость товара, расходы, связанные с перевозкой товара до порта назначения и страхование
- стоимость товара и все расходы, связанные с перевозкой товара до порта назначения
- стоимость товара, расходы, связанные с перевозкой товара до порта отправления и его погрузкой на судно
- стоимость товара и все расходы, связанные с перевозкой товара до порта отправления
- стоимость товара, расходы по доставке товара до указанного в контракте пограничного пункта и страхование (если это предусмотрено в контракте)

106 По условиям поставки поставка до границы (DAF) в контрактную цену входят:

- стоимость товара, расходы по доставке товара до указанного в контракте пограничного пункта и страхование (если это предусмотрено в контракте)
- стоимость товара и все расходы, связанные с перевозкой товара до порта назначения
- стоимость товара, расходы, связанные с перевозкой товара до порта отправления и его погрузкой на судно
- стоимость товара и все расходы, связанные с перевозкой товара до порта отправления
- стоимость товара, расходы, связанные с перевозкой товара до порта назначения и страхование

107 По условиям поставки Франко-завод в контрактную цену входит

- стоимость товара и все расходы, связанные с доставкой и выгрузкой товара на грузовой двор
- стоимость товара, расходы, связанные с перевозкой товара до порта назначения и страхование
- стоимость товара и все расходы, связанные с перевозкой товара до порта назначения
- стоимость товара, расходы, связанные с перевозкой товара до порта отправления и его погрузкой на судно
- стоимость товара, расходы по доставке товара до порта отправления и страхование

108 В каком из базисных условий поставки в состав контрактной цены включается стоимость товара, все расходы, связанные с доставкой товара до порта назначения и страхование:

- стоимость, страхование и фрахт оплачены (CIF)
- поставка без оплаты пошлины (DDU)

- поставка до границы (DAF)
- франко-завод (EXW)
- поставка с судна (DES)

109 В каком из базисных условий поставки в состав контрактной цены входят стоимость товара, все расходы, связанные с доставкой и выгрузкой товара на грузовой двор:

- франко-завод (EXW)
- стоимость, страхование и фрахт оплачены (CIF)
- поставка без оплаты пошлины (DDU)
- поставка до границы (DAF)
- поставка с судна (DES)

110 В каком из базисных условия поставки в состав контрактной цены входят стоимость товара, все расходы, связанные с доставкой товара до указанного в контракте пограничного участка и страхование (если это предусмотрено в контракте):

- франко-завод (EXW)
- стоимость, страхование и фрахт оплачены (CIF)
- поставка без оплаты пошлины (DDU)
- франко-завод (EXW)
- поставка с судна (DES)

111 На каких принципах строится таможенное право

- Все вышеуказанные варианты верны
- Принцип законности; принцип примата международно-правовых норм
- Принцип гуманности; Принцип научности
- Принцип уважения прав и основных свобод человека; принцип законности
- Принцип уважения прав и основных свобод человека; Принцип научности

112 Стороны, участвующие в лизинговой сделке

- Лизингодатель, лизингополучатель и продавец
- Лизингодатель, посредник, лизингополучатель, продавец, поставщик
- Лизингодатель, лизингополучатель, продавец, поставщик
- Лизингодатель и лизингополучатель
- Лизингодатель

113 Что входит в состав основных форм лизинга?

- Рентинг, чертер, хайринг, лизинг
- Лизинг, чертер
- Чертер и хайринг
- Лизинг и хайринг
- Рентинг, лизинг

114 Когда принят закон Азербайджанской Республики О лизинге

- 1994
- 2000
- 1998
- 1996
- 2002

115 Термин оффшорные зоны означает:

- это часть экономического пространства, где имеется система льгот.
- зона коммерческой секретности;
- это часть национального экономического пространства
- свободные экономические зоны;
- все вышеуказанные ответы верны

116 Существует несколько видов оффшорных зон , основными из которых являются:

- зоны с пониженным налогообложением;
- налоговые гавани.
- квазиоффшоры;
- классические оффшоры
- среди вышеуказанных правильного ответа нет

117 Правовой статус оффшорной компании определяется:

- наличием не резидентского статуса оффшорной компании
- полноправным субъектом хозяйственных и деловых отношений;
- оказанием услуг национальным компаниям, специализирующихся на формировании корпорациями;
- непосредственным контактом с банками;
- все вышеуказанные ответы верны

118 Оффшорные фирмы в международной практике выполняют следующие функции:

- банковские.
- валютные;
- рисковые;
- правовые;
- среди вышеуказанных правильного ответа нет

119 Оффшорные зоны – часть экономического пространства, где имеется система льгот:

- для фирм – резидентов;
- все вышеуказанные ответы верны
- для стран имеющих благоприятный валютный режим.
- для любой страны, создающей компанию в оффшорной зоне;
- фирм – нерезидентов

120 Оффшорные зоны имеют специфические особенности, которые заключаются в:

- все вышеуказанные ответы верны
- валютном контроле;
- финансовой секретности;
- налогообложении;
- легкой доступностью к зарубежной банковской системе.

121 Сфера международных товарно-денежных отношений между продавцами и покупателями определяется как

- внешняя торговля;
- международная торговая сделка.
- инжиниринг;
- лизинг;

среди вышеуказанных правильного ответа нет

122 Фирмы в обязанности, которых входит функция свести конкурентов, называются:

- агентскими фирмами;
- брокерскими фирмами.
- комиссионными фирмами
- дистрибьюторскими фирмами
- все вышеуказанные ответы верны

123 Среднесрочная аренда на срок от 1 до 2-3 лет называется:

- хайрингом;
- инжинирингом.
- рейтингом;
- лизингом;
- факторинг

124 Сторонами по договору лизинга называются

- арендатор и арендодатель;
- продавец и арендатор;
- заказчик и консультант
- продавец и покупатель
- заказчик и покупатель;

125 Основные формы лизинга

- Внутренний лизинг, международный лизинг
- Долгосрочный, среднесрочный, краткосрочный, оперативный
- Долгосрочный лизинг, среднесрочный лизинг, краткосрочный лизинг, оперативный, возвратный
- Долгосрочный лизинг, среднесрочный лизинг, краткосрочный лизинг
- Долгосрочный, среднесрочный, краткосрочный, оперативный, возвратный

126 Конкурентоспособность товара - это:

- увеличение объёмов сбыта и доли рынка в конкретном отрезке времени и в конкретном регионе
- способность товара продавать себя в конкретном отрезке времени и в конкретном регионе более эффективно по сравнению с однотипными товарами
- способность товара самореализовываться в конкретном отрезке времени и в конкретном регионе
- наличие товара наивысшего качества в конкретном месте и в конкретный отрезок времени
- способность товара обладать более высоким качеством

127 Основные положения договора лизинга

- Все вышеуказанные варианты верны
- Перечень дополнительных услуг, предоставляемых лизингодателем на основании договора комплексного лизинга ;
- Срок действия договора лизинга; порядок содержания и ремонта предмета лизинга;
- Точное описание предмета лизинга; объем передаваемых прав собственности ;
- Точное описание предмета лизинга; объем передаваемых прав собственности ; порядок расчетов

128 Что такое факторинг-фирма

- Факторинг-фирма, предоставляет около 80% суммы долга до наступления срока платежа, финансирует вас

- При котором продавец или поставщик предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель
- Вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга
- Покупка требований по товарным поставкам факторинг-фирмой
- Вид лизинга при котором лизингодатель закупает на свой страх и риск имущество и передает его лизингополучателю

129 Основные подгруппы франшизинга

- Франшиза-рабочее место, франшиза-предприятие, инвестиционная франшиза
- Франшиза-предприятие, инвестиционная франшиза
- Рабочая франшиза, инвестиционная франшиза
- Рабочая франшиза, франшиза-предприятие
- Инвестиционная франшиза

130 Что такое финансовый лизинг

- Лизингодатель обязуется приобрести в собственность имущество и передать лизингополучателю данное имущество в качестве предмета лизинга за определенную плату
- Внутренний лизинг, международный лизинг
- Вид лизинга при котором лизингодатель закупает на свой страх и риск имущество и передает его лизингополучателю в качестве предмета лизинга
- При котором продавец (поставщик) предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель
- Долгосрочный лизинг, среднесрочный лизинг, краткосрочный лизинг

131 Что такое возвратный лизинг

- При котором продавец (поставщик) предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель
- Внутренний лизинг, международный лизинг
- Вид лизинга при котором лизингодатель закупает на свой страх и риск имущество и передает его лизингополучателю в качестве предмета лизинга
- Лизингодатель обязуется приобрести в собственность имущество и передать лизингополучателю в качестве предмета лизинга
- Долгосрочный лизинг, среднесрочный лизинг, краткосрочный лизинг

132 Что такое оперативный лизинг

- Лизингодатель обязуется приобрести в собственность имущество и передать лизингополучателю данное имущество в качестве предмета лизинга
- Вид лизинга при котором лизингодатель закупает на свой страх и риск имущество и передает его лизингополучателю в качестве предмета лизинга
- Долгосрочный лизинг, среднесрочный лизинг, краткосрочный лизинг
- Внутренний лизинг, международный лизинг
- При котором продавец (поставщик) предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель

133 Факторинг как форма комиссионных сделок и операций включает в себе:

- Все вышеуказанные варианты верны
- Услуга, связанная с получением денег за продажу в кредит
- Коммерческие операции по доверенности
- Финансовая операция по переуступке прав и взыскание долгов
- Ограничивают выполнением отдельных операций

134 В международной практике используется виды аренды оборудования: хайринг, рентинг и

лизинг. Что соответственно они представляют?

- Краткосрочная, среднесрочная и долгосрочная аренда
- Более краткосрочная, краткосрочная и среднесрочная аренда
- Долгосрочная, среднесрочная и краткосрочная аренда
- Среднесрочная, долгосрочная и краткосрочная аренда
- Среднесрочная, более краткосрочная и краткосрочная аренда

135 Протекционизм – это:

- Политика защиты отечественной экономики от внешнего конкурентного воздействия
- Возникшая на определенной ступени экономического развития политика
- Политика, противоположная политике свободы торговли
- Политика, направленная на ослабление воздействия недобросовестных рыночных сил
- Пропаганда, направленная на защиту отечественной экономики от иностранных инвесторов

136 Что означает Франчайзинг

- Эта система отношений по организации промышленного использования в предпринимательской деятельности
- Здесь основным предметом франшизного соглашения является передача технологии и лицензии на ее использования
- Изготовителем товаров является сам франчайзер
- Контракт, по которому одно лицо предоставляет другому лицу право на использование системы за определенное вознаграждение и на определенных условиях
- Фирма выступает под торговой маркой франчайзера и реализует его продукцию и услуги

137 Перечислить основные виды франчайзинга

- Товарный, деловой, производственный
- Товарный, производственный
- Товарный, деловой
- Товарный
- Деловой, производственный

138 Что такое производственный франчайзинг

- Фирма выступает под торговой маркой франчайзера и реализует его продукцию и услуги
- Применяется к товарам, изготовителем которых является сам франчайзер
- Контракт, по которому одно лицо право на использование этой системой
- Система отношений по организации промышленного использования в предпринимательской деятельности
- Франчайзинг в этом случае поставляет франчайзи товары или услуги для их реализации клиентам

139 Что означает термин франшиза

- Контракт, по которому одно лицо предоставляет другому лицу право на использование этой системы за определенное вознаграждение на определенных условиях
- Система отношений по организации промышленного использования в предпринимательской деятельности
- Изготовителем товара является сам франчайзер
- Здесь основным предметом франшизного соглашения является передача технологии и лицензии на ее использования
- Фирма выступает под торговой маркой франчайзера и реализует его продукцию и услуги

140 Что такое деловой франчайзинг

- Основным предметом франшизного соглашения является передача технологии и лицензии на ее использования
- Фирма выступает под торговой маркой франчайзера и реализует его продукцию и услуги
- Контракт, по которому одно лицо предоставляет другому лицу право на использование этой системой
- Система отношений по организации промышленного использования в предпринимательской деятельности
- Франшиза- рабочее место, франшиза-предприятие, инвестиционная франшиза

141 Что входит в число основных финансовых документов коммерческого предприятия

- Баланс и счет прибылей и убытков
- Счет убытков и прибылей
- Баланс и счет убытков
- Баланс и счет прибылей
- Баланс

142 Что входит в расходы франчайзинга

- Плата за франчайзинг; выплаты франчайзи; реализация товаров; плата за аренду; оплата франчайзи за предоставленных ему услуг
- Плата за франчайзинг; реализация товаров; плата за аренду; оплата франчайзи за предоставленных ему услуг
- Плата за франчайзинг; выплат франчайзи; реализация товаров; оплата франчайзи за предоставленных ему услуг
- Плата за франчайзинг, выплаты франчайзи; реализация товаров; плата за аренду
- Выплаты франчайзи; реализация товаров; плата за аренду; оплата франчайзи за предоставленных ему услуг

143 За счёт каких факторов предприятие добивается увеличения как объёма продаж, так и доли рынка при стратегии лидерства в издержках:

- за счёт снижения издержек, затраченных на товар
- за счёт совершенствования потребительских свойств товара и концентрации деятельности на сегментах
- за счёт вложения дополнительных инвестиций и совершенствования производственных технологий
- за счёт вложения дополнительных инвестиций и усиления материально-технической базы производства
- за счёт совершенствования потребительских свойств товара и дифференциации производимых товаров

144 Что является источником дохода франчайзинга

- Все вышеуказанные варианты верны
- Доход от торговых точек, принадлежащих компании, доход от лизинга оборудования, транспортных средств, проценты за кредиты
- Вступительный взнос; премия за подбор помещений; доход от арендных платежей;
- Доход от торговых точек, принадлежащих компании; наценка на первую поставку материалов, сырья; наценка на текущие поставки товаров
- Плата за оказываемые управленческие услуги в форме процента от процента от продаж франчайзи, или процента от прибыли

145 Что входит в состав франчайзинга?

- товар, производство, деловитость
- автомобиль, розничная торговля, здравоохранение
- отдых и развлечения
- услуги, связанные с получением образования
- косметические и медицинские услуги

146 Основные разделы бизнес-плана

- Все варианты верны
- Общий раздел , разработка организационного плана, оценка риска
- Общее резюме, анализ влияния конкретных факторов внутренней и внешней среды, разработка финансового плана
- Общее резюме, план по маркетингу, разработка организационного плана
- Все варианты не верны

147 Банки, как контактные аудитории, входящие в финансовые круги :

- занимаются денежными переводами по поручению предприятия
- воздействуют на возможности предприятия получать финансовые средства
- финансируют внешнеторговые связи предприятия
- финансируют деятельность предприятия
- предоставляют предприятию кредит

148 Банки как финансовые посредники :

- ведут счета предприятия и обеспечивают его кредитами
- распространяют информацию о предприятии, как о надежном партнере
- распространяют информацию о высокой платёжеспособности предприятия
- помогают созданию имиджа предприятия
- передают информацию кредиторам предприятия о его потенциальном банкротстве

149 Для определения степени зависимости какой-либо переменной от прочих используется:

- регрессионный анализ
- вариационный анализ
- построение графиков
- системный анализ
- группировка

150 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на спрос:

- метод ценообразования по месту продажи
- метод ценообразования на основе торгов
- метод ценообразования, ориентированный на уровень текущих цен
- метод ценообразования, основанный на рентабельности инвестиций
- метод ценообразования, ориентированный на маркетинговую стратегию

151 В квадранте Звезды матрицы Бостон Консалтинг Групп темп роста-доля рынка :

- как темп роста рынка, так и доля рынка высокие
- как темп роста, так и доля рынка низкие
- темп роста рынка низкий, доля рынка высокая
- темп роста рынка высокий, доля рынка низкая
- как темп роста рынка, так и доля рынка стабильны (неизменны)

152 Типы лизинга в зависимости от срока

- Долгосрочный , среднесрочный , краткосрочный
- Долгосрочный лизинг, оперативный, возвратный лизинг
- Международный лизинг
- Внутренний лизинг, международный лизинг

- Долгосрочный, среднесрочный, краткосрочный, оперативный, возвратный

153 На каких признаках основывается анализ бизнес-портфеля в модели, разработанной Бостон Консалтинг Групп

- темп роста рынка и доля рынка предприятия
 доля рынка и привлекательность предприятия
 темп роста рынка и рыночное (конкурентное) положение фирмы
 темп роста и привлекательность рынка
 доля рынка и рыночное (конкурентное) положение фирмы

154 В квадранте Проблемные (трудные) дети матрицы Бостон Консалтинг Групп темп роста-доля рынка

- темп роста рынка высокий, доля рынка низкая
 как темп роста, так и доля рынка низкие
 темп роста рынка низкий, доля рынка высокая
 как темп роста рынка, так и доля рынка высокие
 как темп роста рынка, так и доля рынка стабильны (неизменны)

155 В квадранте Дойные коровы матрицы Бостон Консалтинг Групп темп роста-доля рынка :

- темп роста рынка низкий, доля рынка высокая
 как темп роста, так и доля рынка низкие
 темп роста рынка высокий, доля рынка низкая
 как темп роста рынка, так и доля рынка высокие
 как темп роста рынка, так и доля рынка стабильны (неизменны)

156 В квадранте Собаки (Дикие кошки) матрицы Бостон Консалтинг Групп темп роста-доля рынка :

- как темп роста, так и доля рынка низкие
 темп роста рынка низкий, доля рынка высокая
 темп роста рынка высокий, доля рынка низкая
 как темп роста рынка, так и доля рынка высокие
 как темп роста рынка, так и доля рынка стабильны (неизменны)

157 Сумма прямых издержек, затраченных на производство товара А составила 2000 ман., а постоянные (накладные) издержки составили 20% от прямых издержек. Предприятие планировало получить прибыль от продажи единицы товара в размере 30 % от суммы совокупных издержек. Чему будет равна цена товара:

- 3120 ман.
 3500 ман.
 3330 ман
 2910 ман.
 3740 ман.

158 Что входит в обязанности оперативных коммерческих работников коммерческих служб

- Изучение рынков поставщиков и потребителей, разработка предложений по оптимизации схем закупки и сбыта товаров, обработка полученных коммерческих предложений поставщиков
 Ведение непрерывное изучение как рынка покупателей, так и рынка поставщиков товаров
 Изучение емкости и перспективы развития потребительского рынка ; оценить расходы предприятия
 Распределение и контроль выполнения заданий оперативными коммерческими группами; поддержания определенного резерва товаров на промежуточных складах

- Разработка стратегии и схемы построения закупочных и сбытовых сетей

159 Согласно маркетинговой концепции предприятие может получить максимальную прибыль за счёт

- изучения и наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей
 разработки новых товаров и совершенствования существующих
 увеличения объёма сбыта товара
 снижения издержек на производство и сбыт товара
 правильного выбора каналов распределения и сбыта

160 Себестоимость (совокупные издержки, т.е. сумма прямых и накладных издержек) единицы товара А составляет 1500 манат. Предприятие планирует достичь уровня рентабельности в размере 20% от себестоимости. Какова будет в этом случае цена товара:

- 1900 манат
 1600 манат
 1800 манат
 2000 манат
 1700 манат

161 Сущность факторинга

- Покупка требований по товарным поставкам факторинг-фирмой
 При котором продавец (поставщик) предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель
 Лизинг при котором лизингодатель обязуется приобрести в собственность имущество в качестве предмета лизинга
 Вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга
 Вид лизинга при котором лизингодатель закупает на свой страх и риск имущество

162 Предприятие вложило в организацию производства товара А 500000 тысяч манат и планирует ежегодно получать прибыль в размере 10% от суммы инвестиций. За планируемый год предприятие планирует реализовать 100000 единиц товара себестоимостью единицы товара (полные расходы) 1,95 тыс. манат. Какова будет цена единицы продукции:

- 2,45 тыс. манат
 3,45 тыс. манат
 2,65 тыс. манат
 2,25 тыс. манат
 3,65 тыс. манат

163 Прямые расходы на производство единицы товара А составляют 2000 манат. Предприятие планирует получить от прямых расходов, затраченных на производство единицы товара А 30% прибыли. Какой в этом случае должна быть цена единицы товар

- 2600 манат
 3000 манат
 2800 манат
 2400 манат
 3200 манат

164 Какие подходы используются при организации управления маркетингом:

- функциональный и институциональный подходы

- системный и институциональный подходы
- комплексный и институциональный подходы
- системный и комплексный подходы
- системный и функциональный подходы

165 Каким предприятиям целесообразно использование функциональной структуры управления:

- предприятиям с ограниченным ассортиментом и рынками деятельности
- предприятиям, продающим продукцию в различных странах и регионах мира
- предприятиям, потребители которого отличаются друг от друга при выборе товара и поведением, товары которого требуют оказания специфических услуг
- предприятиям, выпускающими товары широкого ассортимента со специфическими особенностями и основанными на децентрализованном принципе управления
- все вышеперечисленные ответы одновременно верны

166 Каким предприятиям целесообразно использование товарной структуры управления

- предприятиям, выпускающими товары широкого ассортимента со специфическими особенностями и основанными на децентрализованном принципе управления
- предприятиям, продающим продукцию в различных странах и регионах мира
- предприятиям, потребители которого отличаются друг от друга выбором товара и поведением, товары которого требуют оказания специфических услуг
- предприятиям с ограниченным ассортиментом и рынками деятельности
- все вышеперечисленные ответы одновременно верны

167 Каким предприятиям целесообразно использование рыночной структуры управления:

- предприятиям, потребители которого отличаются друг от друга выбором товара и поведением, товары которого требуют оказания специфических услуг
- предприятиям, продающим продукцию в различных странах и регионах мира
- предприятиям, выпускающими товары широкого ассортимента со специфическими особенностями и основанными на децентрализованном принципе управления
- предприятиям с ограниченным ассортиментом и рынками деятельности
- все вышеперечисленные ответы одновременно верны

168 Товарный франчайзинг и его отличие от оптовой торговли

- Применяется к товарам, изготовителем которых является сам под торговой маркой франчайзера
- Фирма выступает под торговой маркой франчайзера и передает технологии и лицензии
- Фирма выступает под торговой маркой франчайзера и реализует его продукцию и услуги
- Основным предметом франшизного соглашения является передача технологии и лицензии на ее использования
- Применяется к товарам, изготовителем которых является сам франчайзер

169 Чем занимается отдел координации закупок и продаж коммерческих служб

- Распределение и контроль выполнения заданий оперативными коммерческими группами; поддержания определенного резерва товаров на промежуточных складах
- Ведение непрерывное изучение как рынка покупателей, так и рынка поставщиков товаров
- Изучение емкости и перспективы развития потребительского рынка; оценить расходы предприятия
- Изучение рынков поставщиков и потребителей, разработка предложений по оптимизации схем закупок и сбыта товаров, обработка полученных коммерческих предложений поставщиков
- Разработка стратегии и схемы построения закупочных и сбытовых сетей

170 В точке безубыточности:

- предельный доход от каждой дополнительно произведенной единицы продукции равен предельным издержкам
- переменные (прямые) издержки на каждую дополнительно произведенную единицу продукции выше постоянных (накладных) издержек
- предельный доход от каждой дополнительно произведенной единицы продукции ниже предельных издержек
- предельный доход от каждой дополнительно произведенной единицы продукции выше предельных издержек
- переменные (прямые) издержки на каждую дополнительно произведенную единицу продукции ниже постоянных (накладных) издержек

171 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на издержки:

- метод ценообразования по полным издержкам
- метод ценообразования, ориентированный на маркетинговую стратегию
- метод ценообразования, ориентированный на уровень текущих цен
- метод предельного ценообразования
- метод ценообразования, основанный на взаимосвязи цены и качества

172 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на издержки:

- метод ценообразования по прямым издержкам
- метод ценообразования, основанный на ценности товара для потребителя
- метод ценообразования по месту продажи
- метод ценообразования “следование за лидером”
- метод предельного ценообразования

173 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на издержки:

- метод ценообразования, ориентированный на маркетинговую стратегию
- метод гибкого безубыточного ценообразования
- метод ценообразования, ориентированный на уровень текущих цен
- метод ценообразования, основанный на рентабельности инвестиций
- метод предельного ценообразования

174 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на конкуренцию:

- метод ценообразования “следование за лидером”
- метод гибкого безубыточного ценообразования
- метод ценообразования по месту продажи
- метод ценообразования, основанный на рентабельности инвестиций
- установление цен на ассортиментную группу товаров

175 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на конкуренцию:

- метод ценообразования, ориентированный на уровень текущих цен
- установление цен на ассортиментную группу товаров
- метод ценообразования по месту продажи
- метод гибкого безубыточного ценообразования
- метод ценообразования, ориентированный на маркетинговую стратегию

176 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на спрос

- метод гибкого безубыточного ценообразования
- метод ценообразования по прямым издержкам
- метод ценообразования на основе торгов
- метод ценообразования “следование за лидером”
- метод ценообразования, основанный на рентабельности инвестиций

177 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на спрос

- метод предельного ценообразования
- метод ценообразования на основе торгов
- метод ценообразования “следование за лидером”
- метод ценообразования, ориентированный на маркетинговую стратегию
- метод ценообразования, основанный на рентабельности инвестиций

178 Структура управления, наиболее применяемая при организации маркетингового отдела предприятия:

- линейно-штабная структура управления, венчурная структура управления, функциональная структура управления и рыночная структура управления
- линейно-штабная структура управления, венчурная структура управления, товарная структура управления, региональная структура управления и рыночная структура управления
- линейно-штабная структура управления, венчурная структура управления, функциональная структура управления и рыночная структура управления
- линейно-штабная структура управления, венчурная структура управления, региональная структура управления и рыночная структура управления
- линейно-штабная структура управления, функциональная структура управления, товарная структура управления, региональная структура управления и рыночная структура управления

179 Какие предприятия используют стратегию роста бизнес-портфеля:

- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка высокие
- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка низкие
- предприятия с низким темпом роста продаж товара, высокой долей рынка
- предприятия с высоким темпом роста продаж товара, низкой долей рынка
- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка неизменны

180 Какие предприятия используют стратегию сохранения (сохранения имеющихся позиций) бизнес-портфеля:

- предприятия с низким темпом роста продаж товара, высокой долей рынка
- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка низкие
- предприятия с высоким темпом роста продаж товара, низкой долей рынка
- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка высокие
- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка неизменны

181 Какие предприятия используют стратегию развития бизнес-портфеля:

- предприятия с высоким темпом роста продаж товара, низкой долей рынка
- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка низкие
- предприятия с высоким темпом роста продаж товара, низкой долей рынка
- предприятия невысоким темпом роста продаж товара, низкой долей рынка
- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка неизменны

182 Какие предприятия используют стратегию жатвы бизнес-портфеля:

- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка низкие
- предприятия с низким темпом роста продаж товара, высокой долей рынка
- предприятия с высоким темпом роста продаж товара, низкой долей рынка
- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка высокие
- предприятия, у которых как темп роста продаж товара, так и доля рынка низкие

183 Собственный капитал выполняет следующие функции:

- оперативную,регулирующую,защитную;
- стимулирующую,регулирующую;
- контрольную
- перераспределительную
- регулирующую,контрольную;

184 Согласно маркетинговой концепции с чего начинается планирование производственно-сбытовой деятельности предприятия

- с изучения потребностей и проблем потребителей
- с планирования мероприятий по организации производственной базы предприятия
- с улучшения и совершенствования внешнего вида, дизайна и упаковки товаров
- с разработки и производства вариантов нового товара
- с модификации товаров

185 Основная цель маркетинга банка - это:

- увеличение своей доли на рынке,расширениерынка,повышение рентабельности.
- повышение затрат на услуги
- повышение рентабельности,повышение затрат на услуги.
- расширение рынка,снижение затрат на услуги
- снижение затрат на услуги

186 Маркетинг начинается с:

- изучения рынка и запроса потребителей
- расчета рентабельности услуги
- рекламной компании
- разработки услуги
- пиар компании.

187 Банковский маркетинг не изучает:

- общий уровень цен в условиях инфляции
- уровень цен на услуги
- возможности обеспечения уровня качества услуг
- производство предлагаемых услуг
- качество предлагаемых услуг

188 Принципами маркетинга являются:

- предвосхищение изменений ситуации и управление ею,сохранение или укрепление благополучия потребителя
- сокращение численности работников банка
- сохранение или укрепление благополучия потребителя.сокращение численности работников банка
- увеличение прибыли в деятельности банка

- увеличение численности работников банка

189 Объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворений называются:

- услугами
 товарами кратковременного пользования
 конкретным продуктом
 товарами длительного пользования
 потребительскими товарами.

190 Факторами микросреды функционирования банка являются:

- поставщики, клиентура, конкуренты
 демография, конкуренты
 конкуренты, маклеры
 клиентура, демография
 законы принимаемые государством

191 Банк успешно может функционировать, имея информацию:

- из системного анализа проведенного банком рыночных возможностей
 из статистических показателей
 от клиентов, коллег из других банков
 из газет и журналов
 из бухгалтерских отчетов

192 Утверждение соответствующее современной концепции маркетинга:

- чтобы выжить на рынке, необходимо разрабатывать стратегию рыночного поведения
 чтобы выжить на рынке труда, необходимо максимизировать прибыль
 чтобы выжить на рынке, необходимо минимизировать затраты
 на рынке выживает сильнейший, и все средства для этого хороши
 чтобы выжить на рынке надо увеличить рентабельность

193 Методы управления активами раскрываются в теории:

- управления ликвидностью
 ожидаемого дохода
 перемещения активов
 коммерческих ссуд
 управления доходами

194 Важнейшей экономической целью деятельности банка является удовлетворение интересов:

- собственников
 кредиторов
 партнеров
 клиентов
 посредников

195 Оценка доходности банка осуществляется на основе:

- баланса и отчета о прибылях и убытках
 расчета финансовых коэффициентов
 анализа соотношения собственных и заемных средств
 анализа структуры активов приносящих доход

- анализа ликвидности

196. В основе первого методологического подхода к структурированию экономики лежит дихотомия:

- Материальное и нематериальное производство
 Материальное производство и социально-культурная сфера
 Добывающая и обрабатывающая промышленность
 Промышленность и сельское хозяйство
 транспорт и сельское хозяйство

197. Пятисекторная модель экономики была предложена:

- В 70-х годах 20 века
 В 50-х годах XX века
 В первой половине 20 века
 В 19 веке
 В 90-х годах XX века

198. Границы сферы услуг:

- Сужаются
 Изменяются
 Неизменны
 Официально зафиксированы
 Четко не установлены

199. Каким предприятиям целесообразно использование региональной структуры управления

- предприятиям, продающим продукцию в различных странах и регионах мира
 предприятиям, потребители которого отличаются друг от друга выбором товара и поведением, товары которого требуют оказания специфических услуг
 предприятиям, выпускающим товары широкого ассортимента со специфическими особенностями и основанными на децентрализованном принципе управления
 предприятиям с ограниченным ассортиментом и рынками деятельности
 все вышеперечисленные ответы одновременно верны

200. Добывающие отрасли экономики относятся:

- к первичному сектору
 к вторичному
 к третичному
 к четвертичному
 к субъект-субъектному полюсу

201. В экономике Services в широком смысле это:

- услуга и обслуживание
 услуга и работа
 услуга и материальный товар
 обслуживание и одолжение
 услуга и товар

202. К классу потребительских услуг относятся:

- Бытовые
 Благотворительные

- Консалтинг
- Инженеринг
- Фрахт

203 Услуги начали вовлекаться в рыночный оборот:

- В древности
- В середине 20 века
- В 20 веке
- В индустриальную эпоху
- В конце 20 века

204 Для рынка услуг характерно:

- Высокая скорость оборота капитала
- Наличие четких границ
- Низкая степень дифференциации услуг
- Низкая динамичность рыночных процессов
- Низкая скорость оборота капитала

205 В рыночный оборот не поступают:

- Чисто общественные блага
- Услуги иностранных производителей услуг
- Услуги некоммерческих организаций
- Чисто частные блага
- Услуги коммерческих организаций

206 Ситуация рынок производителя приводит:

- К потере свободы потребительского выбора
- К усилению конкуренции производителей услуг
- К насыщению рынка разнообразными услугами
- К постоянному повышению качества услуг
- К повышению качества услуг

207 Аутсорсинг предполагает решение дилеммы:

- Производить самому или покупать
- Быть акционерным обществом или обществом с ограниченной ответственностью
- Развивать свое производство или сокращать
- Покупать или продавать
- К повышению или снижению качества услуг

208 Роль рынка услуг не состоит в том, чтобы:

- Согласовывать государственную политику и идеологию
- Стимулировать производство социальных услуг
- Увязывать спрос на услуги и предложения на услуги
- Обеспечивать сбалансированность воспроизводственного процесса
- Стимулировать производство коммерческих услуг

209 Одной из особенностей рынка услуг является:

- Важная роль неценовых барьеров входа на указанный рынок
- Слабой сегментированностью

- Низкий уровень адаптивности
- Низкая скорость оборота капитала
- Роль ценовых барьеров

210 Рынок услуг характеризуется:

- Важной ролью «массовостью» малого и среднего бизнеса-производителя услуг
- Ролью крупного бизнеса
- Слабо выраженной дифференциацией услуг как рыночного продукта
- Четкой особенностью от рынка физических товаров
- Отсутствием потребительского выбора

211 Чисто частные блага:

- Непоступают в рыночный оборот
- Конкурентный
- Делимы
- Неделимы
- бесплатный

212 Какое состояние рынка характеризует ситуацию рынок потребителя :

- Избыток рыночного предложения
- Низкое качество предлагаемых услуг
- Отсутствие свободы потребительского выбора
- Хронический дефицит
- Высокое качество предлагаемых услуг

213 Региональный рынок услуг не может быть:

- Частью локального
- Частью местного
- Частью мирового
- Частью национального
- Частью областного

214 648. Некоммерческой организацией как субъекту рынка услуг:

- Разрешено оказывать платные услуги согласно законодательству РФ
- Каждая некоммерческая организация руководствуется своими собственными интересами
- Разрешение оказывать платные услуги
- Запрещено предоставлять платные услуги
- Разрешено оказывать только бесплатные услуги

215 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на конкуренцию:

- метод ценообразования на основе торгов
- метод предельного ценообразования
- метод гибкого безубыточного ценообразования
- метод ценообразования, ориентированный на маркетинговую стратегию
- метод ценообразования, основанный на рентабельности инвестиций

216 Наиболее широко на рынке услуг применяется конкурентная стратегия:

- Коммутантная (соединительная)

- Пациентная (нишевая)
- Эксплерентная (пионерская)
- Виолентная (силовая)
- Стандартная

217 В число целей применения аутсорсинга не входит:

- Усложнение собственных бизнес-процессов за счет непрофильных
- Повышение издержек
- Снижение издержек видов деятельности
- Повышение качества услуг
- Стандартизация услуг

218 Товарный отчет представляет собой? (Зэкі: 1)

- документ, отражающий движение товарных ценностей в торговом предприятии
- первичные документы о поступлении товаров
- документ о сумме реализованных товаров
- документ, в котором отражаются в стоимостном выражении остатки товаров
- документ, отражающий движение тары в торговом предприятии

219 За счет правильного выбора транспорта можно ли рационализировать процесс товародвижения

- это один из принципов рационализации товародвижения
- в зависимости от вида перевозимых грузов
- в зависимости от местонахождения розничного звена
- нет, нельзя
- не всегда

220 Товароснабжение представляет собой?

- комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли
- мероприятия по доведению товаров до потребителей
- технологические операции по снабжению розничной торговой сети
- операции, связанные с доведением товаров от производителей до оптовых звеньев
- операции по реализации товаров

221 В процесс товароснабжения включается?

- закупка товаров, их доставка, приемка и хранение, подготовка к реализации и реализация
- изучение спроса на товары потребления посредством розничной сети, доработка товаров
- оформление соответствующей документации и приемка товаров
- транспортирование товаров и их хранение
- подготовка товаров к продаже и реализация, контроль поставки товаров по объему, ассортименту, срокам

222 Распространение политики ценовой дискриминации свидетельствует:

- о достаточно высокой степени развития рынка услуг
- о повышении качества услуг
- не связано со степенью развития рынка услуг
- о неразвитости рыночных отношений
- о снижении качества услуг

223 По ширине охвата аудитории выделяется реклама:

- локальная, региональная, общенациональная, международная, глобальная;
- коммерческая, социальная, политическая.
- информативная, увещательная, напоминающая;
- товарная, престижная, реклама идей, личности, территории;
- Товарная, социальная.

224 Заказчиком рекламы является:

- рекламодатель;
- Агент;
- медиабайер.
- рекламное агентство;
- Маклер.

225 Кто из участников рекламной деятельности инициирует рекламный процесс:

- рекламодатель;
- рекламное агентство.
- средства распространения рекламы;
- потребитель;
- Копирайтер.

226 Укажите неверный ответ. Экономическая роль рекламы реализуется в том, что она:

- способствует распространению знаний из различных сфер человеческой деятельности;
- способствует популяризации товара и повышению спроса;
- поддерживает конкуренцию, расширяет рынки сбыта;
- способствует росту объема капиталовложений и числа рабочих мест;
- является двигателем торговли.

227 К пассивным операциям коммерческих банков относятся:

- получение кредитов межбанковского рынка, прием сберегательных вкладов
- выдача ссуд
- открытие расчетных счетов клиентам
- осуществление расчетов
- прием сберегательных вкладов, выдача ссуд.

228 Д.Беллпредложил модельэкономики:

- Пятисекторную
- Двухсекторную
- Двухполюсную
- Трехсекторную
- Четырехсекторную

229 Ко вторичному сектору экономики относится :

- Обрабатывающая промышленность
- Сферауслуг
- Добывающая промышленность
- Сельскоехозяйство
- Лесноехозяйство

230 К какому сектору экономики относится сфера услуг?

- К третичному
- К государственному
- Ко вторичному
- К первичному
- К частному

231 Первичный сектор экономики характеризуется:

- Абсолютным сокращением занятой рабочей силой
- Относительным сокращением занятой рабочей силы
- Постоянной численностью занятых
- Увеличением численности занятых
- стабильным увеличением численности занятых

232 Качество жизни воспринимается:

- Каждым человеком индивидуально
- Какофициально установленная величина для каждого жителя страны
- Какофициально установленную для всего населения страны величину
- Всеми одинаково
- Какофициально установленная величина для каждого жителя региона

233 К числу причин, обуславливающих стремительное развитие сферы услуг в современных условиях, не относятся:

- Изменения, происходящие в самом материальном производстве
- Изменениями связанными в национальной экономике
- Глобализация экономики
- Изменения, связанные с домохозяйствами
- Состояние классовой борьбы

234 В настоящее время сфера услуг не играет роли:

- В осуществлении природно-климатических потрясений
- В развитии материального производства
- В формировании современного качества жизни
- В развитии человеческого капитала
- В развитии экономики страны

235 Наиболее близки понятия:

- Работа и услуга
- Услуга и материальное благо
- Услуга и вещь
- Услуга и материальный товар
- Услуга и товар

236 Услугам свойственна:

- Неосвязаемость
- Определенность качества
- Сохраняемость
- Складируемость

- Возможность перепродажи

237 К социальным услугам относится:

- Банковские
 Ресторанные
 Образовательные
 Инжиниринговые
 Страховые

238 Услуги-это:

- Деятельность, процесс
 Нематериальное благо
 Материальное благо
 Вещь, предмет
 Общественное благо

239 Термин услуга ввел в научный оборот:

- Ж.Б. Сэй
 К.Маркс
 Д.Белл
 Ф.Бастиа
 К.Кларк

240 Како из перечисленных свойств не присуще услугам?

- Качественная определенность
 Невозможность транспортировки традиционным способом
 Невозможность перепродажи
 Недолговечность
 Неосвязаемость

241 Согласно классификации услуги Дж.Зингельманна, к распределительным услугам относятся:

- Торговые, транспортные
 Ресторанные, гостиничные
 Банковские, страховые
 Медицинские, образовательные
 Благотворительные и государственные

242 Доля услуг в материальном производстве:

- Возрастает
 Остается стабильной
 Остается неизменной
 Уменьшается
 Относительно уменьшается

243 Классификация услуг К.Лавлока производится на основании одновременного применения:

- Двух критериев
 Четырех критериев
 Трех критериев
 Одного критерия

- Пяти критериев

244 Согласно определению услуги Т. Хилла, услуга – это деятельность, которая:

- Вызывает изменение состояния человека или предмета
 Постоянно изменяется
 Не приводит к новому качеству состояния человека или материального блага
 Не вызывает изменение состояния человека или предмета
 Никогда не изменяется

245 Классификация услуг не предусматривает такую цель, как:

- Изучение демографического состава населения
 Гармонизацию национальных и международных классификаций услуг
 Учет
 Изучение спроса на услуги
 Улучшение качества предоставления услуг

246 Задачи развития коммерческой работы на современном этапе

- Все выше указанные варианты верны
 Изучение и прогнозирование емкости региональных и товарных рынков;
 Развитие и совершенствование рекламно-информационной деятельности
 Координация закупочной работы среди поставщиков и потребителей
 Изучение и прогнозирование емкости региональных и товарных рынков;
 66

247 Организационно-правовые формы предприятий

- Индивидуальное предприятие, полное товарищество, командитное товарищество, акционерного общества и предприятия с ограниченной ответственностью
 Индивидуальное предприятие акционерного общества и предприятия с ограниченной ответственностью
 Объединенное предприятие, акционерного общества и предприятия с ограниченной ответственностью
 Полного товарищества, дочерное общества, акционерного общества, акционерного общества
 Полное товарищество, командитное товарищества, дочерное общество

248 Что составляет теоретическую основу коммерции:

- Торговые процессы, направленные на осуществление актов купли-продажи товаров
 ситуационный и системный анализ
 ценообразование
 за кон стоимости
 стратегическое планирование

249 Конъюнктура рынка - это:

- соотношение между объемом спроса и предложения при сложившемся уровне цен
 превышение предложения над спросом при сложившемся уровне цен
 превышение объема спроса над предложением при сложившемся уровне цен
 равновесное состояние объема спроса и предложения при сложившемся уровне цен
 соотношение нужды и спроса при сложившемся уровне цен

250 Какие из данных процессов являются технологическими

- Доставка, хранение, упаковка, сортировка и т.д. товаров
- Процесс купли-продажи товаров между производителями и покупателями
- Мелкая розничная торговля по купле-продаже товаров
- Все прогрессивные формы купли-продажи товаров
- Торгово-коммерческая, предпринимательская и производственная деятельность

251 Коммерческие процессы - это

- Процесс, связанный с куплей и продажей товаров
- Мелкая розничная торговля
- Все прогрессивные формы купли-продажи товаров
- Процесс оптовой торговли
- Процесс купли-продажи товаров между производителями и покупателями

252 Торговля это:

- Деятельность, ориентированная на рынок
- Вид человеческой деятельности, связанный с товарным обращением
- Деятельность, направленная на изучение позиций
- Деятельность, ориентированная на изучение спроса, исследование рыночных возможностей
- Деятельность, ориентированная на удовлетворение потребностей людей посредством обмена

253 В чем заключается основная цель торговой деятельности

- Удовлетворение потребностей покупателей
- Завоевать наибольшее количество покупателей
- Получить максимальную прибыль
- Продать как можно больше товаров
- Превращать товары в деньги, деньги в товары

254 Что является предметом торговли

- Товар
- Покупатели
- Услуга
- Цена
- Продавцы

255 Что является предметом торговли в современных условиях

- Купля-продажа всех продуктов труда
- Защита прав потребителей
- Взаимоотношения между покупателями и продавцами
- Личные потребительские вещи
- Обеспечение пропорциональности в сфере услуг

256 Что изучает Коммерческая деятельность как научная дисциплина

- Рациональную организацию коммерческих процессов в торговле, быстрейшего доведения товаров до конечных потребителей
- Наиболее эффективное выполнение коммерческих процессов
- Быстрейшего доведения товаров до конечных потребителей
- Рациональную организацию коммерческих процессов в торговле
- Коммерческие процессы, совершаемые в оптовых и розничных организациях

257 Какой момент реализации считается моментом права собственности на товар?

- Дата отправки товаров покупателю;
- Дата поступления товаров на склад покупателей;
- Дата поступления денег на расчетный счет поставщиков за оплату товаров
- Дата оплаты покупателями стоимости товаров (напр., списание денежных средств с расчетного счета покупателя);
- Время нахождения товаров в пути

258 При каких условиях выдается новый аванс подотчетному лицу

- При полном расчете по предыдущим авансам;
- За три дня до командировки;
- При наличии командировочного удостоверения
- При наличии свободных денег в кассе организации;
- При наличии приказа о командировке

259 Сущность расчета платежными поручениями-требованиями

- Получатель средств представляет в обслуживающий его банк расчетный документ, содержащий требование к плательщику об уплате получателю определенной суммы, выполнение работы или оказанные услуги
- Распоряжение владельца счета банку на перечисление денежных средств с его расчетного счета на счет покупателя;
- Поручение отделения банка покупателя отделению банка поставщика об открытии специального аккредитивного счета
- Безналичные перечисления по расчетным, текущим и валютным счетам клиентов в банках;
- Письменное поручение владельца счета обслуживающему его банку на перечисление указанной в чеке суммы денег с его счета на счет получателя средств.

260 Сущность аккредитивной формы расчетов

- Поручение отделения банка покупателя отделению банка поставщика об открытии специального аккредитивного счета для немедленной оплаты поставщика на условиях, предусмотренных в аккредитивном заявлении
- Распоряжение владельца счета банку на перечисление денежных средств с его расчетного счета на счет покупателя ;
- Получатель средств представляет в обслуживающий его банк расчетный документ, содержащий требование к плательщику об уплате получателю определенной суммы ;
- Безналичные перечисления по расчетным, текущим и валютным счетам клиентов в банках ;
- Письменное поручение владельца счета обслуживающему его банку на перечисление указанной в чеке суммы денег с его счета на счет получателя средств.

261 Сущность расчета платежными поручениями

- Распоряжение владельца счета банку на перечисление денежных средств с его расчетного счета на счет покупателя ;
- Поручение отделения банка покупателя отделению банка поставщика об открытии специального счета;
- Получатель средств представляет в обслуживающий его банк расчетный документ, содержащий требование к плательщику об уплате получателю определенной суммы ;
- Безналичные перечисления по расчетным, текущим и валютным счетам клиентов в банках;
- Письменное поручение владельца счета обслуживающему его банку на перечисление указанной в чеке суммы денег с его счета на счет получателя средств.

262 Что называется дисконтом

- Вексельная сумма за вычетом учетного процента в пользу банка
- Распоряжение владельца счета банку на перечисление денежных средств с его расчетного счета на счет покупателя денег

- Поручение отделения банка покупателя отделению банка поставщика об открытии специального аккредитивного счета
- Организациям, по ходатайству владельца основного счета могут быть открыты расчетные субсчета
- Письменное поручение владельца счета обслуживающему его банку на перечисление указанной в чеке суммы денег

263 Продажа товаров по методу самообслуживания

- Свободный доступ покупателей к выложенным в торговом зале товарам;
- Выкладка образцов в торговом зале; расчетные операции;
- Самостоятельное ознакомление и отбор выложенных в рабочем месте продавцом товаров;
- Выкладка образцов в торговом зале
- Выкладка образцов в торговом зале; расчетные операции, упаковка

264 Продажа товаров по образцам

- Выкладка образцов в торговом зале;
- Выкладка образцов в торговом зале; расчетные операции;
- Встреча покупателя и выявление его намерения;
- Свободный доступ покупателей к выложенным в торговом зале товарам;
- Выкладка образцов в торговом зале; расчетные операции; упаковка и выдача.

265 Продаже товаров с открытой выкладкой

- Выкладка образцов в торговом зале; расчетные операции;
- Свободный доступ покупателей к выложенным в торговом зале товаре;
- Самостоятельное ознакомление и отбор выложенных на рабочем месте продавца товары;
- Выкладка образцов в торговом зале; расчетные операции; упаковка и выдача.
- Выкладка образцов в торговом зале;

266 Что относится к бесплатным услугам, оказываемыми магазинами

- Услуги предоставление которых связано с дополнительными затратами
- Услуги непосредственно связанные с продажей товаров ; оценка потребностей
- Услуги непосредственно связанные с продажей товаров; услуги предоставление которых связано с дополнительными затратами;
- Услуги непосредственно связанные с продажей товаров;
- Услуги предоставление которых связано с дополнительными затратами; кредитирование закупок.

267 Что такое дочерние общества

- Общество в уставном капитале которого преобладает другое хозяйственное общество или товарищество
- Учреждается не менее чем одним компаньоном и одним пайщиком
- Учреждается не менее чем тремя физическими или юридическими лицами
- Как учреждается не менее чем двумя физическими и юридическими лицами на основе договора
- Учреждается тремя компаньонами и не менее двух пайщиков

268 Что относится к коммерческим документам при исполнении коммерческой сделки

- Коммерческий счет, счет-фактура, счет спецификация, коммерческий акт, упаковочный лист, сертификат о качестве
- Коммерческий счет, счет-фактура, счет спецификация, упаковочный лист, сертификат о качестве
- Коммерческий счет, счет-фактура, счет спецификация, сертификат о качестве
- Коммерческий счет, счет-фактура, счет спецификация, коммерческий акт, упаковочный лист,
- Коммерческий счет, счет-фактура

269 Что относится к транспортным документам

- Морская накладная, штурманская расписка, железнодорожная ведомость; дорожная ведомость, авиагрузовая накладная; товарно-транспортная накладная
- Морская накладная, железнодорожная ведомость; авиагрузовая накладная, авиагрузовая накладная; товарно-транспортная накладная
- Морская накладная, штурманская расписка, дорожная ведомость, авиагрузовая накладная; товарно-транспортная накладная
- Морская накладная, железнодорожная ведомость; авиагрузовая накладная; товарно-транспортная накладная
- Морская накладная, штурманская расписка, железнодорожная ведомость; товарно-транспортная накладная

270 В каком из базисных условия поставки в состав контрактной цены входят стоимость товара, все расходы, связанные с доставкой товара до указанного в контракте пограничного участка и страхование (если это предусмотрено в контракте):

- поставка до границы (DAF)
- стоимость, страхование и фрахт оплачены (CIF)
- поставка без оплаты пошлины (DDU)
- франко-завод (EXW)
- поставка с судна (DES)

271 Более низкая цена на товар наблюдается на этапе

- упадка
- роста
- развития
- выхода на рынок
- зрелости

272 Для какой стадии жизненного цикла товара характерен низкий объём продаж, высокий уровень расходов на маркетинг:

- для стадии выхода на рынок
- для стадии стабильности (зрелости)
- для стадии возрождения
- для стадии роста
- для стадии упадка

273 На какой стадии жизненного цикла товара используется информативная реклама:

- на стадии выхода на рынок
- на стадии стабильности (зрелости)
- на стадии возрождения
- на стадии роста
- на стадии упадка

274 Предприятие производит следующий ассортимента товаров: А, В и С. В товарный ассортимент А входят 4 наименования товаров, в В – 6, в С – 8. Какова глубина товарной номенклатуры:

- 6
- 7
- 5
- 3

4

275 Какая из указанных ниже групп потребителей сразу же приобретает товар, вышедший на рынок, является более склонной к новшествам и риску:

- суперноваторы
- принадлежащие к высокой социальной группе
- модники
- консерваторы
- приверженцы марке

276 Чем объясняется снижение цены и объёма продаж товара А в отчётном году:

- увеличением величины предложения
- повышением качества продукции
- увеличением объёма спроса
- уменьшением объёма спроса
- совершенствованием технологии производства товара

277 Какая классификация спроса в зависимости от степени его удовлетворения верна?

- Действительный и неудовлетворенный спрос
- Материальный и духовный спрос
- Действительный и платежеспособный спрос
- Удовлетворенный и отложенный спрос
- Реальный и эпизодический спрос

278 Какие операции выполняются на складах при отпуске товаров

- Прием заказа; оформление продажи или отпуска; комплектование заказов и упаковка
- Прием заказа; комплектование заказов и упаковка; перемещение укомплектованных заказов в зону погрузки; погрузка
- Прием заказа; отборка товаров с мест хранения; комплектование заказов и упаковка; погрузка
- Прием заказа; оформление продажи или отпуска; отборка товаров с мест хранения; комплектование заказов и упаковка; перемещение укомплектованных заказов в зону погрузки; погрузка
- Оформление продажи или отпуска; отборка товаров с мест хранения; погрузка

279 Показатели, используемые при оценке эффективности работы складов

- Все вышеуказанные варианты верны
- Складской товарооборот, транзитный грузооборот; производительность труда работников склада; коэффициент использования полезного объема склада, уровень механизации складских работ
- Себестоимость переработки на складе 1 т груза; коэффициент использования полезного объема склада;
- Коэффициент использования полезного объема склада, уровень механизации складских работ
- Складской товарооборот, коэффициент использования полезного объема склада

280 Рациональная организация технологического процесса на складах

- Все варианты верны
- повышение механизации и автоматизации складских операций; снижение общего уровня складских расходов на основе использования прогрессивных методов работы
- оптимальное использование емкости и оборудования складов; обеспечение сохранности потребительских свойств
- Последовательное и планомерное выполнение складских операций; наиболее полное использование оборудования и складских помещений;
- Все варианты не верны

281 Предмет курса Коммерческая деятельность

- Коммерческие процессы, совершаемые в оптовых и розничных организациях
- Процессы, связанные с движением товара как потребительной стоимости
- Торговые, посреднические, сбытовые, маркетинговые организации и структуры, где осуществляются коммерческие процессы
- Рациональную организацию коммерческих процессов в торговле
- Рациональную организацию коммерческих процессов в торговле

282 Объект изучения курса Коммерческая деятельность

- Торговые, посреднические, сбытовые, маркетинговые организации и структуры, где осуществляются коммерческие процессы
- Коммерческие процессы, совершаемые в оптовых и розничных организациях
- Рациональную организацию коммерческих процессов в торговле, быстрого доведения товаров до конечных потребителей
- Процессы, связанные с движением товара как потребительной стоимости
- Быстрейшего доведения товаров до конечных потребителей

283 Когда принят закон Азербайджанской Республики О собственности

- 1991
- 1997
- 1995
- 1993
- 1999

284 Когда принят закон Азербайджанский Республики О предприятиях

- 1994
- 2000
- 1998
- 1996
- 2004

285 Этапы развития коммерческой деятельности в Азербайджане

- XIX –нач. XX в.в., 1918-1921; 1921-1928; 1928-1960; 1960-1986; 1986-1991; 1991 по н.в.
- XIX –нач. XX в.в., 1918-1921; 1921-1928; 1928-1986; 1986-1991; 1986-1991; 1991 по н.в.
- XIX –нач. XX в.в., 1918-1921; 1928-1933; 1933-1960; 1960-1986; 1986-1991; 1991 по н.в.
- XIX –нач. XX в.в., 1918-1921; 1921-1928; 1928-1933; 1933-1960; 1960-1986; 1986 по н.в.
- XIX –нач. XX в.в., 1918-1921; 1921-1928; 1928-1961; 1961-1986; 1986-1991; 1991 по н.в.

286 Какие процессы выполняются в торговле?

- Все выше указанные варианты верны
- Технология оптовой и розничной продажи товаров; рекламно-информационная деятельность;
- Заключение договоров, разработка заявок и заказов; организация и технология проведения оптовых закупок;
- Изучение и прогнозирование покупательского ; выявление и изучение источников поступления товаров;
- Формирование торгового ассортимента на складах и магазинах;

287 Как учреждается полное товарищество

- Как учреждается не менее чем двумя физическими и юридическими лицами на основе договора
- Учреждается не менее чем тремя юридическими лицами

- Учреждается не менее чем тремя физическими или юридическими лицами
- Учреждается не менее чем одним компаньоном и одним пайщиком
- Учреждается не менее чем двумя компаньоном и одним пайщиком

288 С чем связана необходимость применения коммерция в нашей стране:

- с переходом к рыночным отношениям
- с повышением уровня организации производства
- с приватизацией и разгосударствлением собственности
- с разнообразием форм собственности
- с изменением отношения потребителей к товарам

289 Чем отличается коммерческая деятельность от предпринимательской.

- коммерция – составная часть предпринимательской деятельности
- коммерция – торговая, а предпринимательство – производственная сфера деятельности
- предпринимательство – отрасль, приносящая прибыль с экономической, производственной и других видов деятельности, а коммерция – иной вид деятельности
- разница в том, что коммерция является процессом купли-продажи товаров
- конечная цель предпринимательской деятельности - коммерция

290 Что понимается под кредитным обеспечением товарооборота?

- Банковский кредит, выдаваемый в соответствии с установленными нормативами для обеспечения фирмы текущими товарными запасами
- Торговый кредит, выдаваемый для установления связей с госбюджетом
- Торговый кредит, выдаваемый для обеспечения рентабельности фирмы
- Банковский кредит, выдаваемый для обеспечения фирмы основными средствами
- Банковский кредит, выдаваемый для страхования производственных рисков

291 За счет каких источников финансируются капитальные вложения?

- За счет фонда производства и социального развития, фонда централизованных финансовых ресурсов и резервов, банковских кредитов
- За счет издержек обращения, прибыли и банковского кредита
- За счет банковских кредитов, текущего ремонта и отчислений от прибыли
- За счет инвестиционных вложений, за счет собственных средств и прибыли
- За счет банковского кредита, инвестиций и прибыли

292 Что такое клиринг

- Система безналичных расчетов, основанная на зачете взаимных требований и обязательств
- Сделка, предусматривающая обмен определенного количества товара на обусловленное количества другого товара
- Товар, перемещаемый через таможенную границу и вывозимый с территории государства
- Товары, ввозимые на таможенную территорию государства, произведенные за рубежом
- Товары, ввозимые на таможенную территорию государства, произведенные за рубежом

293 Как определяют фактическую себестоимость товаров в оптовых торговых организациях

- По тарифной цене, с учетом торговой наценки
- По учетной цене
- на основе стоимости приобретенных
- По тарифной цене, с учетом торговой наценки
- По розничной цене

294 Что называется готовой продукцией

- Продукция, отвечающая всем вышеперечисленным условиям
- Продукция сданная на склад на основании документов
- Продукция, прошедшая все стадии обработки, отвечающая техническим параметрам и стандартам
- Производственный цикл, в соответствии с техническим режимом изготовления продукции;
- Продукция, приобретенная на стороне

295 По какому документу готовая продукция сдается на склад:

- По накладной
- Накладной фактуре
- Приходному ордеру
- По счет-фактуре
- По лимитно-заборной карте

296 На какие основные предположения основываются в коммерческих организациях

- Метод исчисления и непрерывность деятельности предприятия
- Непрерывность и независимость деятельности предприятия
- Независимость деятельности предприятия
- Метод исчисления
- Не один из перечисленных

297 Какова цель финансового отчета

- Для представления достоверной информации неограниченным количеством пользователей финансовой отчетности для принятия экономических решений о финансовом состоянии и их изменения субъектов бухгалтерского учета, результатах деятельности
- Представление информации пользователям финансовой отчетности для принятия экономических решений об изменениях в финансовом положении
- Предоставление информации о финансовых результатах пользователям финансовой отчетности для принятых решений
- Представление информации пользователям финансовой отчетности для принятых решений
- Представление информации пользователям финансовой отчетности о изменении финансового состояния

298 Виды оптовых ярмарок

- Международные, общегосударственные, региональные;
- Товарное, отраслевое;
- Международные, региональные, товарные;
- Международные, общегосударственные, товарное ;
- Международные, региональные, товарное, отраслевое.

299 Основная цель склад - магазинов

- Продажа большого количества товара по низким ценам
- Привлечение еще большего числа покупателей
- По возможности продажа большого количества товара
- Продажа большого количества товара по высоким ценам
- Полное удовлетворение всех потребностей

300 Что означает формула Д-Т

- Переход товаров из производственных предприятий к торговым предприятиям

- Обмен и потребление распределяет
- Доведение товаров от производителя к потребителю
- Доведение товаров от торговых предприятий к потребителям
- Отражает потребление, обмен и распределение

301 Классификация розничной торговли по принадлежности магазина

- Кооперативный, сетевой, добровольный союз розничных продавцов, потребительские кооперативы, объединение льготников, конгломераты розничной продажи
- Объединение льготников, холдинги
- Специализированные магазины, сеть кооперативов, торги
- Специализированные магазины, универсамы, повседневные товары, конгломераты розничной продажи
- Холдинги, кооперативная сеть, потребительские объединения

302 Когда и где был использован торговый автомат

- 1980 – США, фирма «Тутти-Фрутти»
- 1940 – Италия, фирма Жевистранс
- 1950 – США, фирма Рейнолдс
- 1980 – США, фирма «Виглей»
- 1990 – Франция, фирма Жоко- Сщанел

303 Что такое минимум ассортимента

- Список отдельных видов товаров, которые не имеются постоянно в продаже в тех или иных различных заведениях
- Состав товара по виду
- Состав товара по размеру и цвету
- Состав товара по сорту и размеру
- Список отдельных видов товара, которые постоянно должны быть на продаже в тех или иных различных заведениях

304 По уровню цен розничная торговая сеть классифицируется:

- магазины, реализующие уцененные товары, магазины-склады, магазины, торгующие по каталогам – выставочные салоны
- магазины-склады, универсамы широкого профиля
- торговые комплексы, магазины-склады
- специализированные магазины, универмаги, универсамы
- магазины, реализующие уцененные товары, магазины самообслуживания

305 Каким методом осуществляется продажа в магазине-складе?

- продажа по образцам
- Посредством витрин
- за прилавком
- Самообслуживание
- специализированной формой

306 Что входит в общий товарооборот предприятий массового питания?

- Розничный и оптовый товарооборот
- Совокупность продажи кулинарной продукции розничного товарообор
- Объем в стоимостном выражении кулинарной продукции и покупных товаров
- Совокупность покупных товаров и товаров собственного производства
- Совокупность оптового товарооборота и оборота по обеденной продукции

307 Какие функции выполняет массовое питание?

- Производство, торговля, организация потребления
- Исследование рынка продовольственных товаров, производство
- Организация рекламы товаров, снабжение
- Снабжение, повышение производительности труда
- Распределение, обмен, потребление

308 Как группируются фонды торговли по своему экономическому содержанию и назначению?

- Основные и оборотные фонды
- Доход и рентабельность
- Количество работников и фонд заработной платы
- Оптовый и розничный товароборот
- Производительность труда и эффективность

309 Какие основные факторы оказывают влияние на организацию процесса товародвижения?

- Производственные, транспортные, социальные, торговые
- Качество торгового обслуживания и оказания дополнительных услуг
- Механизация и автоматизация технологических процессов в торговле
- Научно-технический прогресс, уровень автоматизации
- Создание технологической цепи, способной своевременно и бесперебойно доводить товары от производителей до потребителей

310 Создание модификации товара за счёт повышения его качества целесообразно в случае:

- когда потребитель воспринимает повышение качества как прогрессивное изменение
- наличия более дешёвых и качественных материальных ресурсов, необходимых для создания модификаций
- наличия ресурсов для претворения в жизнь научно-исследовательских и конструкторских проектов
- наличия техники и технологии, позволяющих повысить качество продукции
- когда создание модификаций не требует дополнительных расходов и ресурсов

311 Широта товарной номенклатуры - это:

- разнообразие предлагаемых предприятием рынку товарных ассортиментов
- присвоение товарам новых марочных названий
- среднее количество марок (различных видов, моделей), входящих в товарный ассортимент
- количество новых видо-типо-размерных товаров
- разнообразие товарного ассортимента

312 Глубина товарной номенклатуры - это:

- разнообразие предлагаемых предприятием рынку товарных ассортиментов
- присвоение товарам нового марочного названия
- разнообразие товарного ассортимента
- количество новых видо-типо-размерных товаров
- среднее число марок (различных видов, моделей), входящих в товарный ассортимент

313 Торговая (товарная) марка - это:

- совокупность символов и названий, используемых для идентификации товаров
- названия, используемые для идентификации товаров
- символы, используемые для идентификации товаров

- показатель качества товара
- совокупность производимых товарных ассортиментов

314 Цель присвоения товарам штриховой кодировки заключается в:

- все вышеуказанные варианты верны
- облегчении проведения расчетных операций и изучении динамики продаж товаров
- обеспечении автоматизации процесса организации маркетинговой информационной системы
- обеспечении узнаваемости и идентификации товара предприятия на всех международных рынках
- обеспечении проведения таможенного и внутрифирменного учета товаров

315 Международные торги

- Способ закупки товаров, размещения заказов и выдачи подрядов, предполагающий привлечение нескольких поставщиков, и заключение контракта с тем из них, предложение которого наиболее выгодно;
- Вид рыночной торговли;
- Способ продажи товаров с публичного торга в заранее установленное время и назначенном месте;
- Способ закупки товаров, размещения заказов и выдачи подрядов, предполагающий привлечение нескольких поставщиков, и заключение контракта с тем из них, предложение которого наиболее выгодно;
- Аукционы проводимые по инициативе владельцев товаров, с целью наиболее выгодной их продажи

316 К совместной предпринимательской деятельности не относится:

- подрядное производство
- строительство собственного завода в зарубежных странах
- совместное владение предприятием
- управление по контракту
- лицензирование

317 Прямое инвестирование - это:

- строительство собственного завода в зарубежных странах
- управление по контракту
- подрядное производство
- лицензирование
- совместное владение предприятием

318 По номенклатуре, на какие виды делятся товарные биржи?

- универсальные, специализированные и узкоспециализированные биржи
- универсальные биржи
- специализированные биржи
- узкоспециализированные биржи
- неспециализированные биржи

319 Когда принят закон Азербайджанской Республики О тендере

- 1997
- 2002
- 2000
- 1995
- 2004

320 Что представляет собой рыночная инфраструктура

- Совокупность организаций правовых форм и субъектов рынка, обеспечивающих его функционирование
- Обслуживающие отрасли, предприятия, организации, обеспечивающие нормальное функционирование рынка
- Оптовая и розничная торговля, обеспечивающее нормальное функционирование рынка
- Фондовые и товарные биржи, обеспечивающие нормальное функционирование рынка
- Аукционы, фермерские хозяйства, обеспечивающие нормальное функционирование рынка

321 В зависимости от объектов купли-продажи и по территории их охвата выделяют следующие товарные рынки:

- Совокупный внутренний и региональный рынки
- Национальный и внешний рынки
- Внутренний, региональный и национальный рынки
- Рынок нефтепродуктов, рынок зерна
- Локальный и региональные рынки

322 Какие имеются методы планирования?

- Стратегические, технико-экономические, расчетно-экономические, тактические
- Исследовательский, балансовый, пропагандистские, математико-экономические
- Балансовый, технико-математические, экономико-статистические, экономический анализ
- Технические, математические, статистические, фактические
- Управленческие, технико-математические, статистико-аналитические, экономико-технические

323 Принципы организации оплаты труда в торговле.

- Тарифная система и система оплаты труда
- Оборот и его структура
- Производительность труда и эффективность труда
- Количество работников и производительность труда
- Фонд заработной платы и количество работников

324 Какие имеются принципы хозяйственной самостоятельности в торговле?

- Принцип бережливости, прибыльности и материальной заинтересованности
- Принципы оборота, товарных запасов и поступления товаров
- Принцип демократичности
- Принцип валового дохода
- Принцип количества работников, производительности труда и фонда заработной платы

325 Что входит в деятельность торговых услуг

- Услуги связанные с покупкой товара; связанные с оказанием помощи покупателям при использовании приобретенных товаров; связанные с созданием благоприятной обстановки для посещения магазина
- Связанные с оказанием помощи покупателям при использовании приобретенных товаров; связанные с созданием благоприятной обстановки для посещения магазина
- Услуги связанные с покупкой товара; связанные с созданием благоприятной
- Услуги связанные с покупкой товара; связанные с оказанием помощи покупателям
- Услуги связанные с покупкой товара

326 Перечислить основные группы рынков

- Все вышеуказанные варианты верны
- Рабочая сила; ценная бумага; валюта;
- Услуги; жильё, здание и сооружения непроизводственного назначения

- Средства производства и производственных видов деятельности; потребительские товары
- информация ; инновация

327 Когда принят закон Азербайджанской Республики Об Акционерных Обществах

- 1994
- 2000
- 1998
- 1996
- 2002

328 Как учреждается акционерное общество

- Учреждается не менее чем тремя физическими или юридическими лицами
- Учреждается не менее чем одним компаньоном и одним пайщиком
- Общество в уставном капитале которого преобладает другое хозяйственное общество или товарищество
- Как учреждается не менее чем двумя физическими и юридическими лицами на основе договора
- Учреждается тремя компаньонами и не менее двух пайщиков

329 Рынок, соответствующий положению, при котором предложение превышает объём спроса, - это:

- рынок правительственных учреждений
- рынок средств производства
- рынок потребителей
- рынок производителей
- рынок посредников

330 Товародвижение - это:

- физическое перемещение товаров
- розничная продажа товаров
- оптовая продажа товаров
- сбыт товаров
- организация пробной продажи товаров

331 По каким признакам классифицируются оптовые ярмарки.

- По товарному и отраслевому;
- По товарному;
- По отраслевому и региональному;
- По товарному и региональному;
- По отраслевому.

332 Какие методы применяются при оптовом складском обороте

- По личной отборке товаров покупателями; по письменным, телефонным, телеграфным, телетайпным, телефаксным заявкам, через разъездных товароведов; через автосклады;
- По личной отборке товаров покупателями; по письменным, телефонным, телеграфным, телетайпным, телефаксным заявкам; через автосклады;
- По письменным, телефонным, телеграфным, телетайпным, телефаксным заявкам; через разъездных товароведов; через автосклады;
- По личной отборке товаров покупателями; через разъездных товароведов; через автосклады;
- По личной отборке товаров покупателями; по письменным, телефонным, телеграфным, телетайпным, телефаксным заявкам, через разъездных товароведов.

333 Цель товародвижения заключается в :

- обеспечении доставки товаров в нужное время в нужное место с минимальными затратами
- повышении качества товаров и обеспечении оказания им сервисных услуг
- обеспечении широкого ассортимента продаваемых товаров
- обеспечении партийности (укомплектованности) продаваемых товаров
- обеспечении проведения мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта

334 Что означает формула Т-Д

- Доведение товаров от предприятий торговли к потребителям
- Обмен и потребление распределяет
- Доведение товаров от производителя к потребителю
- Доведение товаров от производственных предприятий к торговым
- Отражает потребление, обмен и распределение

335 Емкость рынка – это:

- Периодические факторы, оказывающие постоянное воздействие в течение конкретного периода времени
- Случайные факторы, часто, однако периодически воздействующие в течение конкретного периода времени
- Факторы, оказывающие систематическое воздействие в течение конкретного периода времени
- Факторы, оказывающие периодическое воздействие в течение конкретного периода времени
- Периодические факторы, оказывающие регулярное воздействие в течение конкретного периода времени

336 Объясните сущность издержек обращения.

- Расходы, связанные с продолжением производства и смены формы стоимости
- Расходы, связанные с количеством работников и заработной платой
- Расходы, связанные с валовым доходом и прибылью
- Расходы, связанные с объемом и структурой оборота
- Расходы, связанные с производительностью труда и повышением эффективности труда

337 Этапы коммерческой работы по оптовым закупкам

- Все вышеуказанные варианты верны
- Представление заказов и заявок поставщикам; организация учета и контроля за оптовыми закупками;
- Организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров, включая разработки и заключение договоров поставки;
- Изучение и прогнозирование покупательского спроса; выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров;
- Организация и технология закупок непосредственно у производителей товаров, посредников;

338 По каким признакам классифицируются поставщики

- Функциональным, территориальным, формам собственности, ведомственной принадлежности
- Функциональным, территориальным, ведомственной принадлежности
- Функциональным, территориальным, формам собственности
- Функциональным, формам собственности, ведомственной принадлежности
- Функциональным, формам собственности.

339 Признаки специализации розничной торговой сети

- Товарный профиль, формы торгового обслуживания
- Градостроительный признак

- Этажность и планировка торговых помещений
- Техническая оснащенность предприятия
- Оказание дополнительных услуг

340 Какие элементы торгово-технологического процесса составляют операции непосредственного обслуживания покупателей?

- Встреча покупателя, предложение товаров, отбор товаров покупателями, расчет за товар, оказание дополнительных услуг
- Правильное размещение в торговом зале
- Рационально подобран ассортимент в магазине
- Товары надлежащим образом подготовлены к продаже
- Обеспечена квалифицированная приемка поступивших товаров

341 Формы продажи товаров по образцам:

- С отпуском в торговом зале, с доставкой отобранных товаров на дом покупателю непосредственно со склада оптовых или розничных торговых предприятий или от предприятия-изготовителя
- Продажа по каталогам
- С личной отборкой покупателям
- Продажа товаров с открытым доступом к товару
- Применение прогрессивных форм продажи

342 Общая характеристика торгово-технологического процесса:

- Цикличность, различная динамичность и интенсивность, вероятностный характер операций
- Объем продаж невозможно планировать
- Зависит от различных факторов
- Периодически повторяющиеся операции
- Эффективному использованию торговых площадей торгового персонала

343 Чем характеризуется рыночная ситуация

- Соотношением спроса и предложения; емкостью рынка
- Степенью конкуренции; состоянием товарных запасов
- Устойчивыми и нарождающимися тенденциями функционирования рынка
- Уровнем цен; темпами инфляции
- Все вышеуказанные варианты верны

344 Функции розничной торговой сети

- Закупка товаров; продажа товаров; транспортировка; хранение; принятие риска; закупка товаров финансовая деятельность; информирование рынка; получение информации о рынке; подсортировка, подработка
- Продажа товаров; транспортировка; хранение;
- Закупка товаров ; транспортировка; хранение; принятие риска; подсортировка, подработка
- Закупка товаров; продажа товаров; транспортировка; хранение; принятие риска; финансовая деятельность
- Закупка товаров; продажа товаров; транспортировка; финансовая деятельность; информирование рынка; получение информации о рынке;

345 Классификация розничной торговой сети по товарно-ассортиментному профилю

- Смешанная, специализированная, узкоспециализированная, универсальная
- Смешанная, специализированная, универсальная
- Смешанная, узкоспециализированная, универсальная
- Смешанная, специализированная, узкоспециализированная

- Специализированная, узкоспециализированная

346 Приемка товаров по качеству

- Выявление качества ; комплектности товаров; соответствия тары; упаковка; маркировка установленным требованиям
- Выявление качества; упаковка; маркировка установленным требованиям
- Выявление качества ; соответствия тары; упаковка
- Выявление качества и комплектности товаров
- Выявление качества; комплектности товаров; соответствия тары

347 Что относится к транспортно-экспедиторским документам

- Отгрузочное поручение; экспедиторские инструкции
- Ордер на выдачу товара; ордер на обработку грузов
- Складская расписка экспедитора; складская квитанция
- Счет экспедитора; экспедиторские свидетельство о получении груза;
- Все вышеуказанные варианты верны

348 Что такое биржи

- Регулярно функционирующий оптовый рынок товаров, сырья, ценных бумаг
- Общее собрание учредителей и членов биржи, биржевой комитет, правление биржи
- Подразделения - маклерит, котировальная и арбитражные комиссии
- Организация, создаваемая на добровольной паевой основе в порядке, установленном законодательством
- Регулярно функционирующий оптовый рынок товаров, сырья, ценных бумаг; подразделения - маклерит, котировальная и арбитражные комиссии

349 Причинами выхода компаний на международные рынки является:

- изобилие товаров на национальном (внутреннем) рынке
- разнообразие каналов распределения и сбыта товаров
- разнообразие процесса планирования маркетинга
- модификация товаров
- разнообразие процесса разработки товара

350 Что такое аукцион

- Способ продажи товаров, с публичного торга в заранее установленное время и в назначенном месте;
- Аукционы проводимые по инициативе владельцев товаров, с целью наиболее выгодной их продажи;
- Аукционы с целью продажи конфискованных, невостребованных и неоплаченных товаров;
- Вид рыночной торговли;
- Объявление минимальной цены, установленной продавцом.

351 Что такое аукционные торги

- Вид рыночной торговли;
- Объявление минимальной цены , установленной продавцов минимальной надбавки;
- Аукционы проводимые по инициативе владельцев товаров, с цель наиболее выгодной их продажи;
- Аукционы с целью продажи конфискованных , невостребованных и неоплаченных товаров;
- Способ продажи товаров с публичного торга в заранее установленное время и назначенном месте.

352 Понятие тендер

- Способ продажи товаров с публичного торга в заранее установленное время и назначенном месте;

- Аукционы проводимые по инициативе владельцев товаров, с целью наиболее выгодной их продажи.
- Аукционы с целью продажи конфискованных , не востребоваанных неоплаченных товаров;
- Вид рыночной торговли;
- Особая форма выдачи заказов , предполагает привлечение предложений от нескольких поставщиков с целью обеспечения наиболее выгодных коммерческих торгов;

353 Какие виды сделок могут заключаться на биржах?

- сделки по реальным товарам форварду и временные сделки
- сделки по услугам
- сделки по форварду и услугам
- Сделки по страховым операциям фьючерсу
- сделки по нереальным товарам

354 Виды биржевых сделок

- Купля продажа реального товара, фьючерские сделки
- Фьючерские сделки, торговые операции
- Купля продажа реального товара, торговые операции
- Операции на фьючерские биржах, позволяющие страховать от неблагоприятных изменений цен
- Фьючерские сделки

355 Особенности открытых торгов

- Привлекаются все желающие фирмы и организации
- Особая форма выдачи заказов, которая предполагает привлечение предложений от нескольких поставщиков с целью обеспечения наиболее выгодных коммерческих торгов
- Способ закупки товаров, размещения заказов и выдачи подрядов, предполагающий привлечение нескольких поставщиков, и заключение контракта с тем из них , предложение которого наиболее выгодно
- Приглашаются лишь определенные фирмы, которым высылаются специальные приглашения
- Все вышеуказанные варианты верны

356 Франко цена товара позволяет

- учитывать различные базисные условия поставки
- определить цену продажи товара
- получить дополнительную прибыль от продажи товара
- предоставить ценовые скидки клиентам
- определить потребительскую цену товара

357 Для определения степени зависимости какой-либо переменной от прочих используется:

- регрессионный анализ
- вариационный анализ
- построение графиков
- системный анализ
- группировка

358 Какие основные задачи коммерческих услуг в торговле:

- основные задачи коммерческих услуг в прогнозировании и изучении объема региональных товарных рынков в торговле
- состоит из обслуживающих структур по товарно-рыночным принципам для прогнозирования и изучения объема региональных товарных рынков в торговле
- состоит из обслуживающих структур по географическим принципам для прогнозирования и изучения объема региональных товарных рынков в торговле

- состоит из функциональных структур для прогнозирования и изучения объема региональных товарных рынков в торговле
- состоит из внедрения в жизнь рекламно-информационной деятельности проведение дифференциации между потребителями и поставщиками

359 Какие из перечисленных являются закономерностями развития спроса?

- Устойчивый и систематический рост общего объема спроса, сопровождающийся количественными и качественными изменениями, происходящими в его структуре
- Данная закономерность отражает социально-экономическое положение и политическую стабильность
- Устойчивый рост общего объема товарного предложения, сопровождающийся количественными и качественными изменениями, происходящими в его структуре
- Устойчивый рост общего объема спроса, сопровождающийся количественными изменениями, происходящими в его инфраструктуре
- Данная закономерность отражается на розничном товарообороте республики

360 С точки зрения экономической сущности торговля определяется как:

- форма товарного обращения, осуществляемая при посредстве денег, отрасль национальной и международной экономики
- сфера деятельности, создающая экономические отношения между физическими лицами
- форма применения денежного товарообмена в национальной экономике
- совокупность внутренней и внешней торговли
- самая развитая, целенаправленная форма товарного обмена

361 Формы оплаты труда в торговле и массовом питании.

- Повременная и сдельная: в том числе премиальная
- По объему прибыли и рентабельности
- По производительности труда и эффективности
- По объему оборота и структуре
- Тарифное разделение

362 Какими методами пользуются при планировании розничного товарооборота?

- Метод прямых расчетов, экономико-аналитический метод, экономико-математический метод
- Математический, бухгалтерский, коммерческий
- Оперативный, сравнительный, опытный
- Экономико-аналитический, статистический, экономический
- Нормативный, метод группировки

363 Основными элементами хозяйственной самостоятельности в торговле являются:

- Планирование, бережливость, материальная заинтересованность, ценообразование, кредитование, финансовая устойчивость
- Основной и оборотный капитал, прибыль и рентабельность
- Оборот, прибыль, специальные оборотные средства
- Товарооборот, издержки обращения, количество работников и фонд заработной платы
- Самоокупаемость, рентабельность, материальная выгода

364 Как создаются объединенные предприятия

- На добровольных началах союзом, концерном и другими объединениями по отраслевым, территориальным признакам
- Учреждается не менее чем одним компаньоном и одним пайщиком
- Учреждается не менее чем двумя физическими и юридическими лицами на основе договора
- Общество в уставном капитале преобладает другое товарищество

- Учреждается не менее чем тремя физическими или юридическими лицами

365 Основные этапы проведения ярмарки

- Подготовительный; торговый и заключительный;
 Организационный ; заключительный этап;
 Подготовительный; продажа.
 Организационный; продажа;
 Подготовительный ; организационный; заключительный этап;

366 Канал распределения - это:

- совокупность физических и юридических лиц, обеспечивающих доведение товара от производителя к потребителю
 транспортировка товаров и совокупность операций по транспортировке
 совокупность операций по упаковке и складированию товаров
 средства распространения рекламы на товары
 совокупность физических и юридических лиц, оказывающих послепродажное сервисное обслуживание товаров

367 Из чего состоит полная себестоимость продукции?

- Фабрично-заводская себестоимость и непроизводственные расходы
 Его стоимость и расходы
 Себестоимость и прочие расходы
 Производственные расходы
 Средние расходы и прибыль

368 Что такое цена покупателя?

- Фактическая рыночная цена в рынке покупателя при меньшем спросе и предложении
 Фактическая рыночная цена
 Цена в рынке продавца
 Рыночная цена при меньшем спросе и предложении
 Цена, определяемая продавцом на рынке

369 Что такое мелкооптовые магазины-склады

- Разновидность оптового рынка, ориентированная на мелких покупателей
 Павильонно -секционная организация торгового процесса
 Помещение для хранения товаров
 Место купли продажи конкурентоспособного сельскохозяйственного сырья и продовольствия
 Все вышеуказанные варианты верны

370 Цель товародвижения заключается в :

- Повышении качества товаров и обеспечении оказания им сервисных услуг
 обеспечении доставки товаров в нужное время в нужное место с минимальными затратами
 обеспечении широкого ассортимента продаваемых товаров
 обеспечении партийности (укомплектованности) продаваемых товаров
 обеспечении проведения мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта

371 Какие функции выполняет ярмарочный комитет.

- Все вышеуказанные варианты верны.
 Определяет сроки и место проведения ярмарки; создает рабочие органы ярмарки

- Определяет сроки и место проведения ярмарки; определяет графики встреч поставщиков и покупателей;
- Определяет графики встреч поставщиков и покупателей; утверждает смету доходов и расходов, размер средств на ее проведение и источники их получения;
- Режим работы ярмарки; разрешает споры, возникающие при заключении и расторжении договоров;

372 Что такое оптовые продовольственные рынки.

- Место купли продажи конкурентноспособного сельскохозяйственного сырья и продовольствия;
- Павильонно-секционные организация торгового процесса;
- Разновидность оптового рынка, ориентированная на мелких покупателей;
- Помещение для хранения товаров;
- Колхозный базар.

373 Время товарного обращения – это:

- Время, в течение которого, товар оборачивается в сфере обращения
- Срок окончания времени обращения товаров
- Период времени, в течение которого складываются отношения покупателей с продавцами
- Время смены форм стоимости капитала, товаров и услуг
- Время в течение которого осуществляется кругооборот капитала

374 В какую фазу расширенного воспроизводства соотносятся товарные фонды?

- Потребление
- Распределение
- Обмен
- Производство
- Распределение и обмен

375 Особенности магазинов сниженных цен- дискунтов

- Все вышеуказанные варианты верны
- Он постоянно торгует по ценам ниже тех, что преобладает в магазинах с высокими наценками и невысокой оборачиваемостью товарных запасов
- Он делает акцент на марочных товаров общенационального распространения
- Он функционирует по методу самообслуживания при минимуме удобств
- Он обычно располагается в районе с низким уровнем арендной платой, в нем установлено простое и функциональное торговое оборудование

376 Цена продажи товара - это:

- номинальная цена товара
- сумма расходов на сбыт товара
- сумма расходов на установку товара и сервисные услуги
- совокупность номинальной цены товара и расходов за весь период эксплуатации (включая расходы по установке и транспортировке)
- сумма переменных (прямых) и постоянных (накладных) расходов, связанных с производством продукции

377 Потребительская цена товара - это:

- совокупность номинальной цены товара и расходов за весь период эксплуатации (включая расходы по установке и транспортировке)
- сумма расходов на сбыт товара
- номинальная цена товара
- сумма расходов на установку товара и сервисные услуги

- сумма переменных (прямых) и (постоянных) накладных расходов, связанных с производством продукции

378 Консьюмеризм - это:

- движение в защиту прав потребителей
 движение в защиту прав малых народов
 движение в защиту окружающей среды
 движение, занимающееся пропагандой товаров
 движение, направленное против дискриминации малых народов

379 Какие критерии учитываются в процессе принятия решений о покупке товара

- характер процесса принятия решения и вовлечённость потребителя
 рост и доля рынка
 привлекательность рынка и состояние предприятия
 характер процесса принятия решения и привлекательность рынка
 вовлечённость потребителя и доля рынка

380 На сколько видов можно подразделить дополнительные торговые услуги

- На три вида
 На два вида
 На четыре вида
 На один вид
 На пять вида

381 Что относится к платным услугам, оказываемым магазинами

- Услуги непосредственно связанные с продажей товаров;
 Услуги предоставление которых связано с дополнительными затратами;
 Услуги предоставление которых связано дополнительными затратами;
 Услуги предоставление которых связано с дополнительными затратами; кредитирование заказов;
 Услуги непосредственно связанные с продажей товаров; оценка потребностей

382 Что относится к перечню страховых документов отражающих взаимоотношения между страховщиком и страхователем

- Страховой полис, страховой сертификат, страховое объявление, счет страховщика, ковернот
 Страховой полис, страховой сертификат, счет страховщика, ковернот
 Страховой полис, страховое объявление, счет страховщика, ковернот
 Страховой полис, страховой сертификат, страховое объявление, ковернот
 Страховой полис, страховой сертификат, страховое объявление

383 Предприятие, в первую очередь, выведет с рынка товар, находящийся в следующем квадранте матрицы Бостон Консалтинг Груп темп роста-доля рынка :

- “Собаки” (“Дикие кошки”)
 “Звёзды”
 “Дойные коровы”
 “Проблемные (трудные) дети”
 “Дойные коровы” и “Собаки” (“Дикие кошки”)

384 Товар, находящийся в каком квадранте матрицы Бостон Консалтинг Груп темп роста-доля рынка приносит предприятию максимальную прибыль:

- Звёзды”
- “Дойные коровы”
- “Проблемные (трудные) дети”
- “Собаки” (“Дикие кошки”)
- Дойные коровы” и “Собаки” (“Дикие кошки”)

385 Как называется продажа товаров на внешних рынках по цене ниже себестоимости (нормальной рыночной стоимости):

- демпинг
- бартер
- массовый маркетинг
- активный маркетинг
- клиринг

386 Товары, находящиеся в каком квадранте матрицы Бостон Консалтинг Групп темп роста-доля рынка обеспечивают предприятию стабильную прибыль:

- “Дойные коровы”
- Звёзды”
- Проблемные (трудные) дети
- “Собаки” (“Дикие кошки”)
- Дойные коровы” и “Собаки” (“Дикие кошки”)

387 Предприятие для расширения своей деятельности путём приобретения своих поставщиков и посредников или контрольного пакета их акций пользуется стратегией:

- вертикальной интеграции
- выхода на новые рынки
- проникновения на рынок
- разработки нового товара
- горизонтальной интеграции

388 Предприятие для расширения своей деятельности путём приобретения других предприятий-производителей или их контрольного пакета акций пользуется стратегией:

- горизонтальной интеграции
- выхода на новые рынки
- проникновения на рынок
- разработки нового товара
- вертикальной интеграции

389 Диверсификация по одинаковым признакам - это:

- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт новых товаров, входящих в существующий товарный ассортимент
- расширение производственных мощностей предприятия
- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт новых товаров, входящих в схожий товарный ассортимент
- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт товаров, произведённых на основе технологии, полностью отличающейся от существующей технологии производства
- расширение товарного ассортимента предприятия за счёт товаров, произведённых на основе внедрения нового оборудования и техники

390 Преимуществом единого корпоративного наименования марки является:

- низкий уровень издержек по продвижению каждого ассортимента на рынок
- низкий уровень издержек по сохранению и защите известности марки
- обеспечение высокого качества товара
- то, что неудачи конкретного товарного ассортимента не влияют на позиции прочих групп (или же независимость позиций групп от рыночной неудачи одного ассортимента)
- упрощение присвоения названия марке

391 Недостатком стратегии единого корпоративного наименования марки является:

- влияние неудач конкретного товарного ассортимента на позиции прочих групп
- высокий уровень издержек по сохранению и защите известности марки
- обеспечение не высокого качества товара
- низкий уровень издержек по продвижению каждого ассортимента на рынок
- сложность присвоения названия марке

392 Органы управления биржей

- Общее собрание учредителей и членов биржи; биржевой комитет; правление биржи;
- Общее собрание учредителей и членов биржи;
- собрание учредителей и членов биржи; биржевой комитет;
- Общее собрание учредителей и членов биржи; биржевой комитет; арбитражная комиссия;
- Общее собрание учредителей и членов биржи; биржевой комитет; правление биржи; арбитражная комиссия.

393 Какие профессиональные требования предъявляются коммерческому работнику?

- Закупка и продажа товаров; маркетинг; управление и права; бухгалтерский учет; финансирование и налогообложение;
- Закупка и продажа товаров; управление и права; финансирование и налогообложение;
- Закупка и продажа товаров; управление и права; финансирование
- Закупка и продажа товаров; маркетинг; управление и права; бухгалтерский учет; налогообложение;
- Закупка и продажа товаров; маркетинг; управление и права; бухгалтерский учет; финансирование

394 Требования к речи в деловом контакте

- Грамотность, логичность, эмоциональная окраска речи
- Грамотность,, эмоциональная окраска речи
- Логичность, эмоциональная окраска речи
- Грамотность, логичность
- Внешний облик, манера, деловая одежда

395 Сколько видов коммерческой переписки?

- Три
- Два
- Четыре
- Шесть
- Пять

396 Что такое рекламация?

- Коммерческий документ, представляющий предъявление претензии к стороне нарушивший обязательства
- Формальное предложение заключить коммерческую сделку
- Деловая переписка
- Преднамеренно скрываемые экономические интересы деятельности фирмы

- Сведение о сложившейся ситуации на рынке

397 Коммерческий риск

- Возможное поднесение ущерба или убытков вследствие занятия коммерческой деятельностью
- Хеджирование
- Преднамеренно скрывающиеся экономические интересы деятельности фирмы
- Сведения в виде документов, схем, изделий относящиеся к коммерческой тайне фирм
- Статистический и экспертные методы оценки ущерба

398 Какие методы используются для определения степени риска?

- Статистический и экспертный
- Статистический и экспертный, математический
- Статистический и, математический
- экспертный, математический, вероятностный
- экспертный, математический

399 Что представляет собой риск для предпринимателя?

- 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

400 Что такое риск?

- Вероятность недополучения прибыли
- Вероятность увеличения расходов
- Вероятность уменьшения объемов товарооборота
- Вероятность увеличения количества работников, снижения производительности труда
- Риск – вероятность не возникновения прогнозируемого случая

401 Что такое деловой протокол?

- Порядок проведения деловых встреч
- Порядок ведения деловых переговоров
- Деловая переписка
- Виды коммерческой переписки
- Оформление протокола и заключение договора

402 можно ли уровень экономического развития страны отнести к внешним факторам влияющим на деятельностьпредприятием

- да ,можно
- нет
- зависит от формы собственности предприятием
- зависит специализации предприятий
- не всегда

403 Можно ли конкуренцию расширять как внешний фактор влияющий на деятельность торговых предприятий

- нет
- это внутренний фактор

- если предприятием частное
- да ,можно
- зависит от вида деятельности

404 В зависимости от сферы затрачиваемого капитала выделяют:

- Производственный,коммерческий (торговый) ,финансовый риск
- Коммерческий риск, риск обращения, риск по товарообороту
- Коммерческий , торговый риск, риск массового
- Производственный, риск продаж,риск покупки
- Риск покупки, посреднический риск, риск продаж

405 Как определяется фабрично-заводская себестоимость?

- Сырье и основные материалы
- Производственные затраты, используемые непосредственно на производства продукции
- Отчисления на общественное страхование, используемые непосредственно на производства продукции
- Энергетические и топливные носители, используемые непосредственно на производства продукции
- Общезаводские расходы, используемые непосредственно на производства продукции

406 Какие имеются плановые показатели?

- 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

407 Как группируются издержки обращения в торговле по своей сущности?

- Расходы, связанные с продолжением производства и смены формы стоимости
- Расходы, связанные с объемом и структурой оборота
- Расходы, связанные с валовым доходом и прибылью
- Расходы, связанные с количеством работников и заработной платой
- Расходы, связанные с производительностью труда и повышением эффективности труда

408 Что представляет собой складской оптовый товарооборот?

- 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

409 Транзитный оптовый товарооборот- это:

- 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

410 Какие основные операции выполняет коммерческая работа по оптовой продаже товаров

- Все вышеуказанные варианты верны.
- 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;

411 Какие услуги оказывает оптовые предприятия клиентам-покупателям.

- Все вышеуказанные варианты верны.
- 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;

412 четырёхуровневому каналу распределения

- 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

413 Коммерческая работа по розничной продаже товаров включает следующие этапы

- Формирование рационального (при определенных условиях оптимального) ассортимента товаров в торговом предприятии
- Рекламно- информационную деятельность розничных торговых предприятий
- Выбор наиболее эффективных методов розничных продажи товаров и организацию оказания торговых услуг покупателям
- Все вышеуказанные ответы верные
- Изучение и прогнозирование покупательского спроса на реализуемые в розничной торговле товары

414 Франко цена товара позволяет:

- учитывать различные базисные условия поставки
- предоставить ценовые скидки клиентам
- получить дополнительную прибыль от продажи товара
- определить цену продажи товара
- Организация учета и выполнения договоров с покупателями и оказание услуг розничной торговле

415 В каком из базисных условий поставки в состав контрактной цены включается стоимость товара, все расходы, связанные с доставкой товара до порта назначения и страхование:

- стоимость, страхование и фрахт оплачены (CIF)
- франко-завод (EXW)
- поставка до границы (DAF)
- поставка без оплаты пошлины (DDU)
- поставка с судна (DES)

416 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентирован ным на спрос:

- метод ценообразования по месту продажи
- метод ценообразования, основанный на рентабельности инвестиций
- метод ценообразования, ориентированный на уровень текущих цен
- метод ценообразования на основе торгов
- метод ценообразования, ориентированный на маркетинговую стратегию

417 В каком из базисных условий поставки в состав контрактной цены входят стоимость товара, все расходы, связанные с доставкой и выгрузкой товара на грузовой двор:

- франко-завод (EXW)
- поставка до границы (DAF)
- поставка без оплаты пошлины (DDU)
- стоимость, страхование и фрахт оплачены (CIF)
- поставка с судна (DES)

418 Как проводится классификация по разным признакам концентрации возможностей магазинов

- Центральный деловой район, региональный торговый центр
- Районный торговый центр, микрорайонный торговый центр
- Крупные торговые предприятия, склад-магазины, районный торговый центр
- Центральный деловой район, склад-магазины
- Региональный торговый центр, районный торговый центр

419 Какие методы не применяются при продаже товаров в розничной торговле

- Через дистрибьюторов
- Самообслуживание
- Обслуживание за прилавком
- По образцам, открытые образцы продукции, предварительные заказы
- По свободному выбору товаров

420 Сколько в основном функций выполняет сеть розничной торговли

- 8
- 16
- 24
- 32
- 40

421 Какой из ниже перечисленных методов продажи товаров являются прогрессивными

- Продажа товара посредством самообслуживания, заказов с доставкой на дом, посредством автоматов
- Продажа товара в магазине, на базарах, на улице, во дворах жилых домов
- Продажа товара на дому, на улицах, ярмарках, посредством транспорта
- Продажа товара на складах, ярмарках, рабочих местах, переходах
- Продажа товара в метро, автобусах, поездах и самолетах

422 На основе каких показателей составляется план товарооборота торгового предприятия?

- Продажа товаров, товарные запасы, поступление товаров
- Продажа товаров, товарооборот, товарные запасы
- Остаток товаров, поступление товаров, остаток на конец периода
- Продажа товаров, остаток товаров, поступление товаров
- Продажа товаров, остаток товаров, товарооборот

423 Что такое принудительные аукционы

- Аукционы с целью продажи конфискованных невостребованных и неоплаченных товаров;
- Вид рыночной торговли;
- Аукционы проводимые по инициативе владельцев товаров, с целью наиболее выгодной их продажи;
- Объявление минимальной цены, установленной продавцом минимальной надбавки;
- Способ продажи товаров с публичного торга в заранее установленное время и назначенном месте.

424 Что такое добровольные аукционы

- Аукционы проводимые по инициативе товаров, с целью наиболее выгодной их продажи;
- Вид рыночной торговли;
- Аукционы проводимые по инициативе владельцев товаров, с целью наиболее выгодной их продажи;
- Объявление минимальной цены, установленной продавцом минимальной надбавки;
- Способ продажи товаров с публичного торга в заранее установленное время и назначенном месте.

425 Согласно аукцион

- Объявление минимальной цены, установленной продавцом минимальной надбавки;
- Способ продажи товаров с публичного торга в заранее установленное время и назначенном месте;
- Вид рыночной торговли;
- Аукционы с целью продажи конфискованных, невостребованных и неоплаченных товаров;
- Аукционы проводимые по инициативе владельцев товаров, с целью наиболее выгодной их продажи.

426 Какая из указанных ниже цен считается мировой ценой зерна:

- справочные цены
- трансфертные цены
- биржевые котировки
- тендерные цены
- аукционные цены

427 Сколько этапов проведение аукционов?

- 4
- 8
- 7
- 3
- 2

428 Особенности закрытых торгов

- Приглашаются лишь определенные фирмы, которым высылаются специальные приглашения
- Особая форма выдачи заказов, которая предполагает привлечение предложений от нескольких поставщиков с целью обеспечения наиболее выгодных коммерческих торгов
- Способ закупки товаров, размещения заказов и выдачи подрядов, предполагающий привлечение нескольких поставщиков, и заключение контракта с тем из них, предложение которого наиболее выгодно
- Привлекаются все желающие фирмы и организации
- Негласные способы торгов

429 Какие средства входят в маркетинговую коммуникацию

- Реклама, коммерческая пропаганда, стимулирование сбыта, личная продажа;
- Реклама, коммерческая пропаганда, стимулирование сбыта;
- Реклама, стимулирование сбыта, личная продажа

- Реклама, коммерческая пропаганда, личная продажа;
- Коммерческая пропаганда, стимулирование сбыта, личная продажа

430 Что такое реклама

- Форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг, а также идеи нужд и запросов потребителей
- Неличностное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность, которые не оплачиваются определенным спонсором;
- Система побудительных мер и приемов, носящих кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара;
- Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью продажи;
- Создание и сохранение имиджа фирмы

431 Для чего должен рекламный макет отличаться высокой интенсивностью?

- для привлечения и удержания внимания
- для звуковых эффектов
- создание искренней непринужденной обстановки
- для придания познавательности
- для непринужденной импровизации

432 В рекламе какого типа, рассказывается о способе использования товара?

- демонстрационная
- беседа с покупателем
- комедийное представление
- электронное озвучивание
- юмористическая имитация

433 Какие виды заголовков применяются в печатной рекламе?

- прямого и косвенного
- привлечь и остановить внимание
- большой и маленький
- броский и яркий
- утверждающего и конаидного характера

434 Какие личностные требования предъявляются коммерческому работнику?

- 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

435 Понятие этика

- 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

436 Понятие Этикет

- 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

437 Что такое оферта?

- 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

438 С чем связано возникновение финансового риска?

- Вероятностью потери финансовых ресурсов
- Не выполнением плана по обороту
- Уменьшением объемов производства
- Вероятностью увеличения расходов
- Изменением уровней цен

439 Что такое коммерческие письма?

- Деловая переписка
- Порядок ведения деловых переговоров
- Виды коммерческой переписки
- Оформление протокола и заключение договора
- Характер коммерческой сделки

440 Нормы защиты коммерческой тайны

- Все вышеуказанные варианты верны
- Нормы права, направленные на защиту интересов ее владельцев
- Нормы, устанавливаемые руководством предприятия
- Специальные структурные подразделения обеспечивающие соблюдение норм
- Все вышеуказанные варианты не верны

441 Что представляет собой риск для предпринимателя?

- 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

442 Рынок средств потребления состоит из

- потребителей, закупающих товары для личного потребления
- предприятий и организаций, закупающих товары для их дальнейшей перепродажи
- потребителей, закупающих товары для перепроизводства

- потребителей, занимающихся производством средств потребления
- потребителей, закупающих товары для ликвидации последствий стихийных бедствий

443 К оптовым торговым предприятиям относятся:

- промышленные агенты
- универмаги
- магазины самообслуживания
- универсамы
- супермаркеты

444 В зависимости от стадий купли-продажи товаров различают торговую деятельность

- 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

445 Каковы основные формы товародвижения?

- складская и транзитная
- традиционная и прогрессивная
- оптовая и розничная
- хозяйственная и транспортная
- продовольственная и непродовольственная

446 Что из перечисленных не входит в обязанности продавца оптовой базы

- Продажа товаров конечным потребителям для личного потребления
- соблюдение правил торговли на оптовом продовольственном рынке
- соблюдение правил санитарной и пожарной безопасности
- освобождение места после окончания торговли
- сдача оборудования, инвентаря взятого в аренду

447 Что подразумевается под товарными фондами?

- Совокупность продукции, произведенной внутри страны и частично импортируемых
- Совокупность продукции для продажи
- Совокупность реализованной продукции
- Совокупность произведенной продукции
- Совокупность импортируемой продукции

448 Какие виды планирования имеются в зависимости от периода и уровня?

- Стратегические, тактические и оперативные
- Стратегические – краткосрочные и долгосрочные
- Оперативные планы, планирование по мелким предприятиям
- Среднесрочные и тактические планы
- Стратегические и долгосрочные планы

449 Какими показателями характеризуется скорость обращения товаров?

- В днях, в разгах
- В натуральном и стоимостном выражении
- Относительными и абсолютными показателями

- В натуральном выражении и днях
- По объему и структуре оборота

450 Основные задачи оптовой торговли:

- 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

451 Виды оптовых предприятий:

- 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

452 Долгосрочный прогноз объема продаж составляется на срок

- 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

453 Среднесрочный прогноз объема продажи составляется на срок

- 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

454 Контактной аудиторией для производителя являются:

- СМИ
- поставщики
- клиенты
- конкуренты
- посредники

455 По каким показателям определяется розничный товарооборот?

- 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

456 Что входит в состав оборотных средств торговли?

- Товарные запасы, денежные средства, прочие активы
- Здания, сооружения
- Постоянное, измерительно-весовое, кассовое оборудование

- Транспортные средства
- Технологические сооружения и производственное оборудование

457 Как влияет типизация торговой сети на предприятия розничной торговли?

- Содействует рациональному развитию розничной торговой сети, ее построению и размещению
- Содействует изменению ассортимента товаров
- Содействует увеличению объемов продажи товаров
- Улучшению уровня качества обслуживания
- Содействует технической оснащенности предприятия

458 Основные требования, предъявляемые к товароснабжению розничных торговых предприятий:

- Плановерность, ритмичность, оперативность, экономичность, технологичность, централизация
- С учетом ассортимента и объема выпускаемых товаров
- В соответствии со спросом населения
- Типом и мощностью предприятия
- Оснащенностью торгового предприятия, торгово-технологическим оборудованием

459 Управление покупательскими потоками:

- Предусматривает равномерное распределение в торговом зале, анализ их интенсивности по часам и дням работы магазина
- Постоянный контроль за покупательскими потоками, установление комфортности условий для покупателей
- Соблюдение обязательного ассортиментного перечня
- Увеличивать скорость обслуживания покупателей за счет технологических операций
- Широкое использование современного оборудования

460 Что такое варрант?

- Складское свидетельство
- Торговое операции
- Складское свидетельство, торговое операции
- Фьючерские сделки
- Фьючерские сделки, торговое операции

461 Перечислить важнейшие функции торговли \

- Реализация производственной потребительской стоимости; доведение предметов потребления до потребителей
- Поддержание баланса между предложением и спросом
- Сокращение издержек обращения в сфере потребления
- Обусловленные концепцией маркетинга
- Все вышеуказанные варианты верны

462 Показатели конъюнктуры рынка

- Все вышеуказанные варианты верны
- Скорость оборота товаров; обеспеченность предприятий товарными ресурсами
- Соотношение между динамикой цен на товары и динамикой спроса; тенденции изменения материально-технической базы сферы обращения
- Доходность торговых предприятий; степень коммерческого риска
- Скорость оборота товаров; динамика численности занятых в отрасли

463 Что такое типизация торговых предприятий

- Система мероприятий использующая следующие показатели: торговая площадь, товарный ассортимент, форма продажа товаров
- Система мероприятий использующая следующие показатели: торговая площадь, товарный ассортимент
- Система мероприятий использующая следующие показатели: товарный ассортимент, форма продажа товаров
- Система мероприятий использующая следующие показатели: торговая площадь, форма продажа товаров
- Система мероприятий использующая следующие показатели: торговая площадь, форма продажи, плотность

464 Что является одним из центральных элементов рекламной коммуникации?

- рекламное обращение
- содержание
- форма
- структура обращения
- творческое озарение

465 Как называется средство публич рилейшиз, заключающееся в представлении нового товара на новом рынке?

- презентация
- выставка
- позиционирование товара
- пресс-релиз
- проспект

466 Какие признаки относятся к торговому рекламе ?

- Все вышеуказанные ответы верные
- Благопристойность и честность
- Правдивость
- Конкретность
- Целенаправленность

467 Реклама - это:

- неличная и оплачиваемая коммуникация
- интегрированная коммуникация
- связи с общественностью
- двусторонняя коммуникация
- позиционирование товара

468 Цель связей с общественностью заключается в:

- создании доброжелательных отношений
- рекламировании товара
- предоставлении потребителю информации о товаре
- позиционировании товара
- распространении товара

469 Преимуществом распространения рекламы по телевидению является:

- широта потребительской аудитории

- её оперативность
- высокие возможности доведения рекламы
- низкая стоимость рекламы
- все вышеуказанные ответы верны

470 Какая из указанных ниже форм маркетинга относится к некоммерческому маркетингу:

- маркетинг идей
- маркетинг средств производства
- маркетинг услуг
- маркетинг средств потребления
- маркетинг информационных технологий

471 Основные составляющие фирменного стиля торгового предприятия:

- Товарный знак, фирменный цвет, логотип, рекламный слоган, рекламный персонаж
- Упаковка, одежда персонала, интерьер магазина
- Единство принципов оформления, эстетических и эргономических требований
- Витрины, торговое оборудование
- Ценники, наклейки, этикетки, пакеты, коробки

472 Для какой из концепций маркетинга характерно снижение себестоимости и цены товара

- совершенствование производства
- совершенствование производства и товара
- интенсификация коммерческих усилий
- потребительский маркетинг и социально-этический маркетинг
- совершенствование товаров

473 Для какой из перечисленных концепций характерно предпочтительное отношение потребителя к более качественной продукции

- совершенствование товаров
- совершенствование производства
- интенсификация коммерческих усилий
- потребительский маркетинг
- социально-этический маркетинг

474 Контактные аудитории - это:

- клиенты предприятия
- посредники, осуществляющие сбыт товаров предприятия
- поставщики предприятия
- совокупность лиц, заинтересованных в деятельности предприятия и помогающих ему в достижении поставленной цели
- предприятия, контактирующие с предприятием и обеспечивающие его материальными ресурсами

475 На рынке потребителей:

- предложение превышает спрос
- количество производителей превышает количество потребителей
- существует конкурентная среда
- уровень цен низкий
- спрос превышает предложение

476 На рынке производителей

- спрос превышает предложение
- количество производителей превышает количество потребителей
- предложение превышает спрос
- существует конкурентная среда
- уровень цен низкий

477 Какая форма конкуренции соответствует рынку производителей

- конкуренция потребителей
- недобросовестная конкуренция
- конкуренция аналогичных товаров
- конкуренция производителей
- функциональная конкуренция

478 Потенциальная ёмкость рынка - это:

- максимальное количество (стоимость) продукции, которое может быть реализовано на рынке
- объём потребностей потребителей
- совокупность потребительских нужд
- объём потребительского спроса
- максимальное количество (стоимость) произведённой продукции

479 Рынок институциональных организаций состоит из:

- потребителей, закупающих товары для производства других товаров
- предприятий и организаций, закупающих товары для их дальнейшей перепродажи
- потребителей, закупающих товары для оказания гуманитарной помощи
- потребителей, закупающих товары для личного потребления
- потребителей, закупающих товары для ликвидации последствий стихийных бедствий

480 Для предпринимателя финансовый риск представляет:

- Вероятность потерпеть финансовый убыток
- Недостижение поставленных целей и задач
- Снижение эффективности использования основных и оборотных капиталов
- Сокращение объема и изменение структуры товарооборота
- Вероятность сокращения объема ВВП, снижение платежеспособности и реальных денежных доходов населения

481 Возникновение финансового риска порождают:

- Вероятность потери финансовых ресурсов
- Невыполнение плановых заданий по оборотному капиталу
- Снижение объемов производства
- Вероятность роста расходов
- Изменение уровней цен

482 Что включает этический кодекс предпринимателя-коммерсанта

- Нормы профессионального поведения, или профессиональной этики;
- Система нравственных норм поведения человека, или какой-либо профессиональной группы
- Установленный порядок поведения где либо профессиональной группы;
- Установленный порядок поведения где либо профессиональной группы; Система нравственных норм поведения человека, или какой-либо профессиональной группы
- Нормы профессионального поведения, или профессиональной этики;

483 Как называется способ снижения риска?

- Хеджирование
- Сведение о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг
- Преднамеренно скрывающиеся экономические интересы деятельности фирмы
- Сведения в виде документов, схем, изделий относящиеся к коммерческой тайне фирм
- Хеджирование; сведение о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг

484 Инвайроментализм - это:

- движение в защиту окружающей среды
- движение в защиту прав малых народов
- движение в защиту прав потребителей
- движение, занимающееся пропагандой товаров
- движение, направленное против дискриминации малых народов

485 Что из перечисленного не относится к риску?

- глобальный и локальный
- застрахованный и незастрахованный риск
- внешние и внутренние
- систематический и несистематический
- хеджирование

486 Классифицируйте риски в зависимости от сферы расходования капитала.

- Коммерческий риск, производственный риск, финансовый риск
- Коммерческий риск, заготовительный риск, риск по товарообороту
- Коммерческий риск, торговый риск, риск массового питания
- Производственный риск, риск продажи, риск массового питания
- Производственный риск, риск покупки, риск продажи

487 Сущность промышленного шпионажа?

- Данные о цене и деловом плане, составляющих коммерческую тайну
- Списки персонала, составляющих коммерческую тайну
- Незаконный сбор сведений, составляющих коммерческую тайну
- Финансовые сведения, составляющих коммерческую тайну
- Информация о маркетинге, составляющих коммерческую тайну

488 Что такое информация?

- Это сообщение, т.е. форма связи между источником, передающим сообщением, и объектом, принимающим его
- Это техника сообщения
- Технология принятия решения
- Процесс принятия решения
- Этапы принятия решения

489 Что такое Коммерческая информация

- Сведение о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг
- Хеджирование
- Преднамеренно скрывающиеся экономические интересы деятельности фирмы
- Сведения в виде документов, схем, изделий относящиеся к коммерческой тайне фирм
- Хеджирование; сведение о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг

490 К какому уровню товара относится оказание сервисных услуг:

- товар с подкреплением
- реальный товар
- все вышеуказанные варианты верны
- среди вышеуказанных правильного ответа нет
- товар по замыслу

491 Уровень канала распределения определяется

- количеством типов поставщиков
- количеством различных услуг, предоставляемых производителями потребителям
- количеством предприятий, предоставляющим сервисные услуги потребителям
- количеством различных услуг
- количеством транспортных организаций, участвующих в доведении продукции от производителя к потребителю

492 Система распределения производитель-агент-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель соответствует

- трёхуровневому каналу распределения
- нулевому каналу распределения
- нулевому каналу распределения
- двухуровневому каналу распределения
- четырёхуровневому каналу распределения

493 Прямой канал маркетинга соответствует

- нулевому каналу распределения
- одноуровневому каналу распределения
- двухуровневому каналу распределения
- трёхуровневому каналу распределения
- четырёхуровневому каналу распределения

494 По характеру расчетов с поставщиками за поставленные товары транзитный оптовый товарооборот подразделяются на:

- Транзитный товарооборот с участием в расчетах и транзитный товарооборот без участия в расчетах
- Транзитный и складской товарооборот
- Складской товарооборот без участия в расчетах и транзитный товарооборот
- Складской товарооборот с участием в расчетах и транзитный товарооборот
- Оптовый товарооборот с участием в расчетах с поставщиками-производителями

495 Система распределения производитель-агент-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель соответствует:

- трёхуровневому каналу распределения
- нулевому каналу распределения
- одноуровневому каналу распределения
- двухуровневому каналу распределения
- четырёхуровневому каналу распределения

496 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на издержки:

- метод ценообразования по прямым издержкам

- метод ценообразования “следование за лидером”
- метод ценообразования по месту продажи
- метод ценообразования, основанный на ценности товара для потребителя
- метод предельного ценообразования

497 При продаже какого товара целесообразно использование канала производитель-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель :

- карамели
- чёрного металла
- легковых автомобилей
- оборудования
- продукции нефтяного машиностроения

498 При продаже какого товара целесообразно использование канала производитель-оптовый торговец-потребитель :

- оборудования
- сливочного масла
- сахара и карамели
- товаров повседневного спроса
- продовольственных товаров

499 В зависимости от стадий купли-продажи товаров различают торговую деятельность

- 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

500 Какой метод не используется при осуществлении оптовой продажи товаров при оптово-складском товарообороте

- Посредством автоскладов
- индивидуальный выбор со стороны покупателей
- записывающий телефон, телефакс
- Поставщики – экспедиторы
- Поставщики – экспедиторы

501 Показатели качества розничной торговой сети

- Все вышеуказанные варианты верны
- Плотность, обеспеченность торговой сетью; доля полустационарной сети в общем количестве розничной сети;
- Обеспеченность торговой сетью; доля полустационарной сети в общем количестве розничной сети; уровень специализации
- Общая численность торговых предприятий; средняя торговая площадь магазина; соотношение торговой площади магазина
- Обеспеченность торговой сетью, уровень специализации, средняя торговая площадь

502 Из каких этапов складывается коммерческая работа по розничной продаже товаров

- Все вышеуказанные варианты верны
- Изучение и прогнозирование покупательского спроса на реализуемые товары; Формирование оптимального ассортимента товаров

- Изучение и прогнозирование покупательского спроса на реализуемые товары; рекламно-информационная деятельность розничных торговых предприятий
- Формирование оптимального ассортимента товаров, рекламно-информационная деятельность розничных торговых предприятий
- Изучение и прогнозирование покупательского спроса на реализуемые товары; организация оказания торговых услуг покупателям

503 Что относится к документам по платежно -банковским операциям

- Все вышеуказанные ответы верны
- Инструкция по банковскому переводу; заявка на банковскую тратту; извещение об инкассовом платеже
- Извещение о платеже по товарному аккредитиву; извещение о принятии товарного аккредитива; извещение о принятии документов к оплате по товарному аккредитиву; заявка на банковскую гарантию
- Банковская гарантия; гарантийное письмо по товарному аккредитиву; инкассовое поручение; заявка на товарный аккредитив
- Товарный аккредитив; переводный вексель; простой вексель; долговое обязательство

504 Что такое ассортимент товаров

- 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.

505 Что такое производственный ассортимент

- 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.

506 Что такое торговый ассортимент

- 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.

507 Что такое импульсный спрос

- 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.

508 Товар как категория маркетинга - это

- все материальные блага, созданные человеческим трудом и дары природы, способные удовлетворять потребности

- всё, что производится на предприятии
- все материальные блага, дарованные природой
- все материальные блага, созданные человеческим трудом
- все материальные блага, производимые на предприятии и созданные человеческим трудом

509 Что из перечисленных не относится к маркетинговой деятельности

- технология производства товаров
- маркетинговые исследования
- установление цены на товар
- реклама товаров
- упаковка товаров

510 Конкуренция между различными видами одноименной продукции - это:

- видовая конкуренция
- конкуренция схожих товаров
- функциональная конкуренция
- межотраслевая конкуренция
- конкуренция желаемых товаров

511 Средства воздействия коммуникативной политики состоят из:

- рекламы, стимулирования сбыта, личных коммуникаций и публичных рилейшнз (связей с общественностью)
- комплекса, позволяющего устанавливать связи с потенциальными покупателями
- системы рыночной инфраструктуры, охватывающей всех субъектов бизнеса
- рекламных носителей
- комплекса массовой информационной системы и директ мейл (рекламы по почте)

512 Что представляет собой коммерческая пропаганда

- Неличностное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность посредством публикаций или благоприятных презентаций на радио, телевидении, которые не оплачиваются определенным спонсором;
- Форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг на идеи нужд и запросов потребителей;
- Система побудительных мер и приемов, носящих кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара;
- Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью продажи;
- Создание и сохранение имиджа фирмы.

513 Что такое стимулирование сбыта

- Система побудительных мер и приемов, носящих кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара;
- Форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг, на идеи нужд и запросов потребителей;
- Неличностное стимулирование спроса посредством публикаций или благоприятных презентаций на радио, телевидении
- Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью продажи;
- Создание и сохранение имиджа фирмы

514 Что представляет собой личная персональная продажа

- Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью продажи

- Форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг, а также идеи на нужды и запросы потребителей;
- Непersonальное стимулирование спроса посредством публикаций или благоприятных презентаций на радио, телевидении
- Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью продажи;
- Создание и сохранение имиджа фирмы.

515 Что такое коммерческая тайна?

- Преднамеренно скрывающиеся экономические интересы деятельности фирмы
- Хеджирование
- Сведения о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг
- Сведения в виде документов, схем, изделий относящиеся к коммерческой тайне фирм
- Преднамеренно скрывающиеся экономические интересы деятельности фирмы; хеджирование

516 Торговый знак - это:

- юридически защищённая марка или её часть
- запатентованное марочное название
- Изменением уровней цен
- Что такое коммерческие письма?
- символы, используемые в торговой марке

517 Торговая (товарная) марка - это:

- Виды коммерческой переписки
- Оформление протокола и заключение договора
- Характер коммерческой сделки
- Нормы защиты коммерческой тайны
- совокупность производимых товарных ассортиментов

518 Ёмкость рынка определяется нижеследующим образом

- стоимость товара, произведённого в стране + объём импорта в стоимостном выражении - объём экспорта в стоимостном выражении - разница (в стоимостном выражении) между остатком на начало и конец года
- стоимость товара, произведённого в стране + объём импорта в стоимостном выражении + разница (в стоимостном выражении) между остатком на начало и конец года
- стоимость товара, произведённого в стране + объём импорта в стоимостном выражении - разница (в стоимостном выражении) между остатком на начало и конец года
- стоимость товара, произведённого в стране + объём импорта в стоимостном выражении - объём экспорта в стоимостном выражении + разница (в стоимостном выражении) между остатком на начало и конец года
- стоимость товара, произведённого в стране + объём экспорта в стоимостном выражении + разница (в стоимостном выражении) между остатком на начало и конец года

519 Что такое коммерческий секрет?

- Сведения в виде документов, схем, изделий относящиеся к коммерческой тайне фирм
- Хеджирование
- Сведения о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг
- Преднамеренно скрывающиеся экономические интересы деятельности фирмы
- Сведения в виде документов, схем, изделий относящиеся к коммерческой тайне фирм ; хеджирование

520 Что входит в техническую информацию?

- Все выше указанные варианты верны

- Научно-технические проекты; конструкторские разработки
- Заявки на патенты; дизайн
- Информационный процесс; программное обеспечение ЭВМ
- Научно-технические проекты; Заявки на патенты; Информационный процесс;

521 Как учреждается командитное товарищество

- Учреждается не менее чем одним компаньоном и одним пайщиком
- Учреждается двумя компаньоном и двумя пайщиками
- Учреждается одним компаньоном и не менее трех пайщиков
- Учреждается не менее чем одним компаньоном и двумя пайщиками
- Учреждается тремя компаньонами и не менее двух пайщиков

522 Марочное название - это:

- произносимая часть торговой марки
- символы, используемые в торговой марке
- торговая марка
- ассортимент производимых товаров
- номенклатура производимых товаров

523 Марочная эмблема (знак) - это:

- опознаваемая, но непроносимая часть торговой марки
- символы, используемые в торговой марке
- произносимая часть торговой марки
- торговая марка
- ассортимент производимых товаров

524 Что такое коллективный знак

- Товарный знак хозяйственной ассоциации
- Товарный знак объединения предприятий
- Все вышеуказанные варианты не верны
- Товарный знак союза, хозяйственной ассоциации
- Товарный знак союза

525 Как классифицируется содержание товарных ресурсов?

- Валовая продукция, продукция для продажи, реализованная продукция и товарные фонды
- Реализованная продукция, проданная продукция, оплаченная продукция
- 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

526 Что такое складской оборот?

- Объем реализации товаров непосредственно со складов в порядке оптовой продажи
- Продажа со складов товаров в форме розничной продажи является складским товарооборотом
- При складском обороте оптовая база не производит расчеты с поставщиками по отправленным товарам
- При складском обороте оптовая база производит расчеты с поставщиками по отправленным товарам
- Совокупность стоимости товаров, отгруженных непосредственно в розничные предприятия со складов поставщиков, промышленных предприятий

527 Что такое оптовый транзитный оборот?

- Общая стоимость товаров, поставляемых со складов поставщика, промышленного предприятия непосредственно розничным торговым предприятиям
- Оптовая база не производит никаких расчетов с поставщиками по товарам при складском обороте поставки товаров
- Стоимость товаров, поставляемых со складов промышленных предприятий оптовым предприятиям
- Подразумевается как продажа со складов в виде розничной продажи товаров
- Оптовая база производит расчеты с поставщиками по товарам при складском обороте поставки товаров

528 Основные цели развития оптовой торговли:

- Формирование широкого торгового ассортимента товаров
- Создание развитой структуры каналов товародвижения, поддержания интенсивности товаропотоков, формирование резервов и сокращение издержек обращения
- Стимулирование и поддержка межрегиональных интегрированных процессов на потребительском рынке
- Развитие конкурентной среды
- Удовлетворение потребностей населения

529 Перечислить перспективные формы организации оптовых предприятий

- Оптовые предприятия регионального уровня
- Крупные оптовые структуры общенационального уровня
- Предприятие, оказывающее посреднические услуги государственным и коммерческим структурам
- Оптовые структуры общенационального масштаба
- Оптовые структуры межрегионального масштаба

530 Какие комплексные услуги оказывают оптовые предприятия

- Технологические; коммерческие; информационные; финансовые
- Технологические; коммерческие; организационно-консультативные; информационные; финансовые
- Технологические; коммерческие; информационные; организационно-консультативные
- Технологические; коммерческие; организационно-консультативные
- Технологические; коммерческие; информационные;

531 Краткосрочный прогноз объема продаж составляется на:

- от 3 до 9 месяцев
- от 3 до 12 месяцев
- от 1 до 12 месяцев
- от 1 до 3 месяцев
- от 3 до 6 месяцев

532 Виды сбыта товаров

- Все вышеуказанные варианты верны
- Прямой, косвенной
- Интенсивный , селективный
- нацеленной, ненаселенной
- Все вышеуказанные варианты не верны

533 При продаже какого товара целесообразно использование канала производитель-оптовый торговец-потребитель

- оборудования
- сливочного масла

- сахара и карамели
- товаров повседневного спроса
- продовольственных товаров

534 При продаже какого товара целесообразно использование канала производитель-оптовый торговец-потребитель :

- чёрного металла
- сливочного масла
- сахара и карамели
- продовольственных товаров
- товаров повседневного спроса

535 Что такое жизненный цикл товара

- 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

536 Реальный товар - это:

- 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

537 Глубина товарной номенклатуры - это:

- 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

538 На какой стадии жизненного цикла товара используется напоминающая реклама:

- на стадии стабильности (зрелости)
- на стадии упадка
- на стадии выхода на рынок
- на стадии роста
- на стадии возрождения

539 Цель присвоения товарам штриховой кодировки заключается в:

- все вышеуказанные варианты верны
- 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

540 Товарные запасы торговых предприятий классифицируется по:

- 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

541 Как классифицируются товары в зависимости от назначения?

- 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

542 В каких формах бывают товарные запасы

- Производительный капитал, личный потребительский, товарные запасы
- Товарные запасы, сырье, вспомогательные материалы
- Потребительские товары, полуфабрикаты
- Товарный капитал, основной капитал, оборотный капитал
- Трудовые ресурсы, товарные запасы

543 В каких единицах измеряются товарные запасы

- В стоимостном и натуральном выражении
- В тоннах, метрах
- В стоимостном и качественном выражении
- В А количественном и качественном выражении
- В натуральной форме

544 Периодические факторы, влияющие на рыночную конъюнктуру?

- 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

545 Что такое товарный знак

- Знак обслуживания, зарегистрированные в установленном порядке изобразительные, словесные, объемные, и звуковые обозначения
- Начертание или сокращенного наименования фирмы, товарной группы производимой данной фирмой;
- Часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;
- Постоянно используемый фирмой оригинальный девиз;
- Набор цветовых, графических, словесных и дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров.

546 Классификация рекламных средств

- Назначению, месту их применения и характеру использования технических средств
- Назначению, месту их применения
- Месту их применению, характеру использования технических средств
- Назначению, месту их применению, внутреннее, внешнее
- Назначению, месту их применения, внутренний

547 Какая рекламная атрибутика является визуальной карточкой предприятия?

- выставочные элементы
- визуальный образ владельца
- система оформления документов
- фирменные каталоги
- фирменный стиль

548 Сколько признаков наборных шрифтов выделил Т.Кенинг?

- пять
- шесть
- четыре
- семь
- три

549 Что объединяет всех участников процесса коммуникации и носителей рекламной информации с момента кодирования посылаемого сигнала до момента получения его адресатом?

- канал коммуникации
- рекламным средствам
- рекламно-информационные передачи
- изучение общественного мнения
- анкетирование

550 Как называется движение в защиту интересов потребителей?

- консьюмеризм
- коллаж
- дискламацию
- биеннале
- анперефиле

551 Какая из перечисленных ниже средств распространения рекламы обладает более широкой аудиторией

- телевидение
- радио
- газеты
- специальные издания
- брошюры

552 Потенциальная ёмкость рынка - это:

- максимальное количество (стоимость) продукции, которое может быть реализовано на рынке
- объём потребностей потребителей
- совокупность потребительских нужд
- объём потребительского спроса
- максимальное количество (стоимость) произведённой продукции

553 Что из перечисленных не относится к маркетинговой деятельности:

- технология производства товаров
- маркетинговые исследования
- установление цены на товар
- реклама товаров

- упаковка товаров

554 Потребительская цена товара - это:

- совокупность номинальной цены товара и расходов за весь период эксплуатации (включая расходы по установке и транспортировке)
- сумма расходов на сбыт товара
- номинальная цена товара
- сумма расходов на установку товара и сервисные услуги
- сумма переменных (прямых) и (постоянных) накладных расходов, связанных с производством продукции

555 Цель рекламной кампании заключается в:

- увеличении объема продаж товара
- увеличении объема производства товара
- осуществлении прямой продажи товара
- осуществлении позиционирования товара
- ускорении доведения товара до потребителей

556 Какие преимущества дает фирменный стиль его владельцу

- Все вышеуказанные варианты верны
- Помогает потребителю ориентироваться в потоке информации
- Позволяет фирме с меньшими затратами выводить на рынок свои новые товары
- Повышает эффективность рекламы, помогает достичь необходимого единства
- Положительно влияет на эстетический уровень и визуальную среду

557 Основные типы товарного знака

- Словесный, изобразительный, объемный, звуковой, комбинированный
- Словесный, объемный, звуковой, комбинированный
- Словесный, изобразительный, звуковой, комбинированный
- Изобразительный, объемный, звуковой, комбинированный
- Словесный, звуковой, комбинированный

558 Различия коммерческой информации коммерческой тайны

- По природе; по принадлежности собственнику; по назначению
- По природе; по принадлежности собственнику
- По природе; по назначению
- По принадлежности собственнику по назначению
- По назначению

559 Что входит в деловую информацию?

- Все выше указанные варианты верны
- Финансовые сведения; данные о цене; деловые планы
- Списки клиентов и продавцов; информация о маркетинге
- Соглашения; предложения; квоты; списки персонала
- Финансовые сведения; данные о цене; деловые планы; соглашения; квоты

560 Что такое хеджирование

- Купля продажа реального товара, торговые операции
- Фьючерские сделки, торговые операции;

- Фьючерские сделки.
- Операции на фьючерсных биржах, позволяющие страховать от неблагоприятных изменений цен;
- продажа реального товара, фьючерские сделки;

561 Термин капитал марки означает:

- ценность марки
- присвоение наименования марки товару
- присвоение торгового знака товару
- рыночные позиции товара
- модификацию товара

562 Когда аннулируется регистрация товарного знака

- Все вышеуказанные варианты верны
- В связи с прекращением срока ее действия
- На основании решения Высшей патентной палаты о досрочной прекращении ее действия
- По причине использования знака на товарах не облагающих едиными качественными характеристиками
- В случае отказа от нее владельца товарного знака

563 Услуги - это:

- неосязаемые блага, покупаемые потребиелями, но без перехода права собственности на них
- любое благо, покупаемое и используемое потребителем
- любой товар, покупаемый и используемый потребителем
- блага, способные удовлетворить потребность, созданные трудом человека и преподнесённые природой
- товар в материальной форме, купленный потребителем, но без права собственности на него

564 Неосязаемость, не отделимость от источника и изменчивость качества - это особенности, присущие

- услугам
- средствам производства
- средствам потребления
- сельскохозяйственной продукции
- объектам капитального строительства

565 Что такое хозяйственные связи?

- Все выше указанные варианты верны
- Экономические; организационные; административно - правовые; финансовые отношение складывающиеся между покупателями и поставщиками
- Экономические; организационные; коммерческие отношение складывающиеся между покупателями и поставщиками
- Экономические; коммерческие
- Экономические; организационные административно-правовые отношение складывающиеся между покупателями и поставщиками

566 Обязательные условия договора поставки

- Все выше указанные варианты верны
- Дата заключения договора; полное наименование сторон заключивших договор
- Количество и ассортимент товаров, подлежащих поставке; сроки исполнение
- Порядок поставки товаров; качество, комплектность, упаковка и маркировка товаров
- Цены и порядок расчетов; имущественная

567 Что представляет собой торговая конъюнктура?

- состояние торговли при соответствующем уровне цен за определенный период времени
- равновесное состояние объема спроса и предложения при сложившемся уровне цен
- превышение предложения над спросом при сложившемся уровне цен
- превышение объема спроса над предложением при сложившемся уровне цен
- соотношение нужды и спроса при сложившемся уровне цен

568 При продаже какого товара целесообразно использование канала производитель-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель :

- товаров повседневного спроса
- При продаже какого товара целесообразно использование канала “производитель-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель”:
- оборудования
- легковых автомобилей
- продукции нефтяного машиностроения

569 Содержание коммерческой работы по оптовой продаже товаров заключается в:

- Все вышеуказанные варианты верны
- Установление хозяйственных связей с покупателями товаров
- Организация и технология оптовой продажи товаров
- Организация учета и выполнения договоров с покупателями и оказание услуг розничной торговле
- Рекламно- информационная деятельность

570 При продаже какого товара целесообразно использование канала производитель-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель :

- сливочного масла
- чёрного металла
- легковых автомобилей
- оборудования
- продукции нефтяного машиностроения

571 Сколько уровней канала распределения имеется в случае, если продажа товаров осуществляется агентом, работающим с предприятием по контракту:

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4

572 Какие имеют формы транзитный товарооборот по расчетам с поставщиками?

- Транзитный оборот с участием в расчетах и без участия в расчетах
- Транзитный и складской товарооборот
- Складской оборот без участия в расчетах и транзитный оборот
- Складской оборот с участием в расчетах и транзитный оборот
- По расчетам оптовой базы непосредственно с поставщиками

573 Какие имеются виды оптового товарооборота?

- Оборот с участием в расчетах, оборот по продаже товаров потребителям
- Оборот по собственной продукции предприятий массового питания, складской оборот

- Оптовая продажа средств производства, заготовка сельскохозяйственной продукции, оптовая продажа потребительских товаров
- Оптовая продажа кулинарной продукции, оптовая продажа потребительских товаров
- Транзитный оборот, оптовая продажа сельскохозяйственной продукции

574 Важнейшие направления развития МТБ оптовой торговли:

- Создание сети современных оптовых предприятий, обеспечивающих применение эффективных технологий
- Обеспечение прогрессивной технологии складской переработки грузов
- Высокая эффективность товароснабжения розничной торговли
- Обновление сети предприятий за счет нового строительства
- Индустриализация строительства предприятий торговли

575 Функции оптовой торговли по отношению к поставщикам товаров:

- Концентрация коммерческой деятельности, поддержка процесса перехода прав собственности на товар, инвестиционное обеспечение, маркетинговое обслуживание, минимизация коммерческого риска
- Изучение спроса розничных торговых предприятий, формирование товарного предложения
- Изучение спроса розничных торговых предприятий, формирование товарного предложения
- Изучение спроса розничных торговых предприятий, формирование товарного предложения
- Обновление и модернизация складского хозяйства

576 Важнейший элемент оптовой инфраструктуры:

- Товарные биржи, оптовые ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки
- Цепные оптовые торговые компании и добровольные оптово-розничные цепи
- Торгово-финансово-промышленные, торгово-финансовые группы и транснациональные компании
- Автономные оптовые структуры, сбытовые подразделения промышленных предприятий
- Оптовые структуры крупных розничных предприятий

577 Что такое эластичность спроса?

- 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

578 Какие имеются формы товарных запасов?

- 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

579 Какие операции выполняются на складах при хранении товаров

- 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

580 Когда принят закон Азербайджанской Республики О рекламе

- 1997
- 1995
- 1999
- 2002
- 2004

581 Разработка нового товара начинается с:

- генерации идей разработки товара
- подготовки эскизов и чертежей товара
- подготовки пробных образцов товара
- анализа производственных мощностей
- анализа возможностей закупки материальных ресурсов, необходимых для производства нового товара

582 Более низкая цена на товар наблюдается на этапе:

- упадка
- выхода на рынок
- развития
- роста
- зрелости

583 Ширина товарного ассортимента означает:

- его расширение за счет новых товарных групп
- организацию производства новых товаров
- количество новых видо-типо-размерных товаров
- модификацию товаров
- повышение качественных параметров товаров

584 Марочная эмблема (знак) - это:

- опознаваемая, но непроизносимая часть торговой марки
- символы, используемые в торговой марке
- произносимая часть торговой марки
- торговая марка
- ассортимент производимых товаров

585 Цель упаковки товаров заключается в:

- все вышеуказанные варианты верны
- предотвращении порчи товаров
- формировании единицы груза для транспортировки товаров
- формировании единицы груза для погрузки-выгрузки товаров
- формировании единицы груза для складирования товаров

586 В какой из перечисленных концепций наиболее полно учитываются интересы потребителя и производителя

- социально-этический маркетинг
- потребительский маркетинг
- совершенствование производства
- совершенствование товаров
- интенсификация коммерческих усилий

587 В какой из перечисленных концепций наиболее полно учитываются интересы потребителя, производителя и общества:

- социально-этический маркетинг
- совершенствование производства
- совершенствование товаров
- интенсификация коммерческих усилий
- потребительский маркетинг

588 Маркетинг-микс (комплекс маркетинга) включает в себя

- товар, цену, распределение и продвижение
- товар, цену и структуру управления предприятием
- товар, цену, каналы распределения и сбыта, стратегическое маркетинговое планирование
- товар, цену, торговую марку и продвижение
- товар, цену, торговую марку и продвижение

589 При какой форме спроса использование рекламы предприятием считается неэффективным:

- чрезмерном спросе
- отрицательном спросе
- падающем спросе
- сезонном спросе
- при вариантах В и С

590 Цель рекламной кампании заключается в:

- увеличении объема продаж товара
- увеличении объема производства товара
- осуществлении прямой продажи товара
- осуществлении позиционирования товара
- ускорении доведения товара до потребителей

591 Преимуществом распространения рекламы по телевидению является

- широта потребительской аудитории
- её оперативность
- высокие возможности доведения рекламы
- низкая стоимость рекламы
- все вышеуказанные ответы верны

592 Какие средства распространения рекламы предпочтительнее использовать при рекламировании оборудования

- специальные буклеты
- телевидение
- радио
- рекламные ролики
- бегущую строку

593 Цель связей с общественностью заключается в.

- созданию доброжелательных отношений
- рекламировании товара
- предоставлении потребителю информации о товаре
- позиционировании товара
- распространении товара

594 Реклама в отличие от стимулирования сбыта

- осуществляется за определенную плату
- направлена на увеличение объема спроса
- направлена на увеличение объема потребления
- используется только на рынке средств производства
- используется только на потребительском рынке

595 Что такое фирменный стиль

- Набор цветowych , графических, словесных и дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров;
- Набор цветowych, графических, словесных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров;
- Набор цветowych, словесных, дизайнерских элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров
- Набор цветowych, словесных, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров
- Набор цветowych, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров.

596 Какие элементы включает система фирменного стиля

- Все вышеуказанные варианты верны.
- Товарный знак, фирменная шрифтовая надпись, фирменный блок, фирменный лозунг
- Фирменная шрифтовая надпись, фирменный цвет, фирменный комплект шрифтов;
- Товарный знак, фирменный блок, фирменный лозунг , фирменный комплект шрифтов;
- Фирменный цвет, фирменный комплект шрифтов, другие фирменные константы;

597 Что такое пролонгация?

- Продолжение договора поставки
- Завершение договора поставки
- Исполнение договора поставки
- Выполнение договора поставки
- Все выше указанные варианты верны

598 Договор купли-продажи товаров

- Товары сдаются покупателю тот час по заключению договора
- Товары сдаются покупателю через определенной срок
- Товар существующий и принадлежащий предпринимателю-продавцу в момент заключения договора только количеством и качеством, либо выборе не изготовленной
- Товар определяемой в момент заключения договора
- Все вышеуказанные варианты верны

599 Договор поставки товаров

- Товары сдаются покупателю через определенный срок
- Товары сдаются покупателю тотчас же по заключению договора

- Товар существующий и принадлежащий предпринимателю-продавцу в момент заключения договора
- Товар, определяемый в момент заключения договора только количеством, либо вообще еще не изготовленной
- Все вышеуказанные варианты не верны

600 Договор поставки заключается на

- Все вышеуказанные варианты верны
- 5
- 3
- 2
- 1 или иной период

601 Формы применяемых имущественных санкций

- Штраф; неустойка; пеня
- Штраф; пеня
- пеня; неустойка
- Неустойка; штраф
- Штраф

602 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на маркетинг:

- метод ценообразования, основанный на ценности товара для потребителя
- метод ценообразования, ориентированный на уровень текущих цен
- метод сезонного ценообразования
- метод предельного ценообразования
- метод ценообразования по прямым издержкам

603 Что представляет собой свободный рынок?

- На свободном рынке при заключении между контрагентами торговых договоров никаких ограничений не предусматривается
- На свободном рынке контрагенты обладают различным удельным весом по различным товарам
- На свободных рынках контрагенты при доставке товара вынуждены выполнять различные обязательства
- На свободных рынках один из контрагентов при заключении торговых договоров обладает наибольшей свободой по отношению к другому
- На свободных рынках спрос и предложение уравниваются по характеру и степени

604 Что входит в систему хозяйственных связей

- Все вышеуказанные варианты верны
- Совокупность форм, методов и рычагов взаимодействия предприятий; контроль за соблюдением договорных обязательств
- Участие торговых организаций в разработке промышленными предприятиями планов производства товаров посредством представления заявок и заказов
- Участие в работе товарных бирж; проверка качества поставляемых товаров
- Все вышеуказанные варианты не верны

605 Предмет договора купли-продажи

- Товар существующий и принадлежащий предпринимателю-продавцу в момент заключения договора
- Товар, определяемый в момент заключения договора только количеством, либо вообще еще не изготовленной
- Товары сдаются покупателю тот час по заключению договора

- Товары сдаются покупателю через определенной срок
- Все вышеуказанные варианты верны

606 Предмет договора поставки товаров

- Товар, определяемый в момент заключения договора только количеством, либо вообще еще не изготовленной
- Товар существующий и принадлежащий предпринимателю-продавцу в момент заключения договора
- Товары сдаются покупателю тот час по заключению договора
- Товары сдаются покупателю через определенной срок
- Все вышеуказанные варианты верны

607 Какие услуги оказывает оптовые предприятия клиентам-поставщикам

- Все вышеуказанные варианты верны
- Централизация коммерческой деятельности; поддержка процесса перехода прав собственности на товар
- Централизация коммерческой деятельности; инвестиционное обеспечение процесса товародвижения
- Инвестиционное обеспечение процесса товародвижения; минимизация коммерческого риска
- Минимизация коммерческого риска, маркетинговое обслуживание

608 Что из перечисленных не входит в обязанности продавца оптовой базы

- Продажа товаров конечным потребителям для личного потребления
- Соблюдение правил торговли на оптовом продовольственном рынке
- Соблюдение правил санитарной и пожарной безопасности
- Освобождение места после окончания после окончания торговли
- Сдача оборудования, инвентаря взятого в аренду

609 Какой метод не используется при осуществлении оптовой продажи товаров при оптово-складском товарообороте

- Индивидуальный выбор со стороны покупателей
- Записывающий телефон, телефакс
- Поставщики-экспедиторы
- Торговые автоматы, продажа на дому
- Посредством автосклада

610 Уровневое прогнозирование

- Это предсказание объема продажи по максимальным, вероятным и минимальном уровнем
- Это предсказание объема продажи по максимальным и минимальном уровнем
- Это предсказание объема продажи по минимальной и вероятным уровнем
- Это предсказание объема продажи по максимальным и вероятным уровнем
- Это предсказание объема продажи по минимальным, вероятным, допустимым и максимальным уровням

611 С какой целью проводится зондирование (разведочные маркетинговые исследования):

- для сбора и оценки информации о деятельности предприятий, работающих в закрытом режиме
- для анализа программ по экономическому развитию государства и их учёта в маркетинговой деятельности предприятия
- для выявления и решения проблем маркетинговой деятельности
- для выявления причинно-следственных связей между исследуемыми событиями
- для выявления проблем маркетинговой деятельности и сбора информации для подготовки методологии исследования

612 Потребителем продукции А в регионе является только предприятие Азинфо . При этом использование какого канала является целесообразным:

- производитель-розничный торговец-потребитель
- производителель-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель
- производитель-оптовый торговец-потребитель
- производитель-потребитель
- производитель-оптовый торговец-агент-потребитель

613 Имеющиеся методы розничной продажи товаров.

- Самообслуживание, через прилавок обслуживания, по образцам, с с открытой выкладкой по предварительным заказам;
- Самообслуживание, через прилавок обслуживания, с открытой выкладкой;
- Самообслуживание, по образцам, с открытой выкладкой , по предварительным заказам;
- Самообслуживание, с открытой выкладкой, через прилавок обслуживания, по предварительным заказам.
- С открытой выкладкой, через прилавок обслуживания, по преварительным заказам ,по образцам

614 Продажа товаров через прилавок обслуживания

- Все вышеуказанные варианты верны.
- Встреча покупателя и выявление его намерения; предложение и показ товара; помощь в выборе товаров и консультация;
- Предложение и показ товара; помощь в выборе товаров и консультация; расчетные операции;
- Предложение и показ товара; предложение сопутствующих и новых товаров; расчетные операции
- Предложение сопутствующих новых товаров; расчетные операции; упаковка и выдача покупок;

615 Групповой ассортимент

- Перечень товарных групп, включенных в номенклатуру;
- Номенклатура товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными организациями;
- Номенклатура товаров, подлежащих продаже а розничной торговой сети;
- Детализация группового ассортимента по конкретным видам и разновидностям товаров;
- Количество товарных групп.

616 Внутригрупповой ассортимент

- Детализация группового ассортимента по конкретным видам и разновидностям товаров;
- Номенклатура товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными организациями;
- Номенклатура товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети;
- Совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных по определенному признаку
- Количество товарных групп.

617 Понятие широты ассортимента

- Количество товарных групп;
- Количество разновидностей товара в рамках каждой товарной группы;
- Перечень товарных групп, включенных в номенклатуру;
- Номенклатура товаров, подлежащих продаж в розничной торговой сети;
- Детализация группового ассортимента по конкретным видам и разновидностям товаров.

618 Понятие глубины ассортимента]

- Количество разновидностей товара рамках каждой товарной группы;
- Количество товарных групп;

- Перечень товарных групп, включенных в номенклатуру
- Номенклатура товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети;
- Детализация группового ассортимента по конкретным видам и разновидностям товаров.

619 На каком этапе чрезвычайно важна напоминающая реклама?

- на этапе зрелости товара
- на этапе создания
- на этапе роста
- на этапе развития
- на этапе старения

620 Ширина товарной номенклатуры - это:

- разнообразие предлагаемых предприятием рынку товарных ассортиментов
- количество новых видо-типо-размерных товаров
- среднее количество марок (различных видов, моделей), входящих в товарный ассортимент
- присвоение товарам новых марочных названий
- разнообразие товарного ассортимента

621 Глубина товарного ассортимента означает:

- его расширение за счет новых видо-типо-размерных товаров
- организацию производства новых товаров
- его расширение за счет новых товарных групп
- модификацию товаров
- повышение качественных параметров товаров

622 Потребители, не воспринимающие новинку, относящиеся к ней с опасением - это что:

- консерваторы
- суперноваторы
- модники
- принадлежащие к высокой социальной группе
- приверженцы марке

623 Товар, обладающий определенными потребительскими свойствами, качеством, дизайном, марочным названием и внешним оформлением, относится к:

- реальному товару
- товару по замыслу
- товару с подкреплением
- все вышеуказанные варианты верны
- среди вышеуказанных правильного ответа нет

624 К какому уровню товара относится оказание сервисных услуг:

- товар с подкреплением
- товар по замыслу
- реальный товар
- все вышеуказанные варианты верны
- среди вышеуказанных правильного ответа нет

625 Для какой стадии жизненного цикла товара свойственна увещательная функция рекламы:

- для стадии роста
- для стадии выхода на рынок
- для стадии возрождения
- для стадии стабильности (зрелости)
- для стадии упадка

626 Что такое шрифтовая надпись (логотип)

- Начертание или сокращенное наименование фирмы, товарной группы производимой данной фирмой
- Знак обслуживания, зарегистрированные в установленном порядке
- Часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;
- Постоянно используемый фирмой оригинальный девиз;
- Набор цветных элементов , обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров.

627 Что такое фирменный блок

- Часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;
- Словесные, объемные, и звуковые знаки обслуживания, зарегистрированные в установленном порядке
- Начертание или сокращенного наименования фирмы, товарной группы производимой данной фирмой;
- Постоянно используемый фирмой оригинальный девиз;
- Набор цветных, графических, словесных и дизайнерских постоянных элементов

628 Что такое фирменный лозунг (слоган)

- Постоянно используемый фирмой оригинальный девиз
- Знак обслуживания, зарегистрированные в установленном порядке изобразительные, словесные, объемные, и звуковые обозначения;
- Начертание, наименования фирмы, товарной группы производимой данной фирмой;
- Часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля,
- Набор цветных , графических, словесных и дизайнерских элементов

629 Какие бывают виды рекламы в зависимости от характера используемых технических средств

- Витринно - выставочная, реклама в прессе, печатная реклама, , аудиовизуальная, радио и телереклама, наружная
- Витринно - выставочная, аудиовизуальная, радио и телереклама, наружная
- Витринно - выставочная, реклама в прессе, радио и телереклама,
- Реклама в прессе, печатная реклама, аудиовизуальная, радио и телереклама, наружная
- Печатная реклама, аудиовизуальная, радио и телереклама, наружная

630 С какого года существует реклама в желтых страницах?

- с 1882 года
- с 1880 года
- с 1884 года
- с 1883 года
- с 1885 года

631 Как называются в рекламных исследованиях сегменты населения, призванные олицетворять собой население в целом?

- выборка
- ниша
- бесполезная аудитория
- модель распространения

адресный каталог

632 Как называется элемент фирменного стиля, представляющее собой оригинальное начертание наименования?

- логотип
- клише
- жалон
- вывеска
- бокс

633 Внимание потребителя в рекламных сообщениях уделяется:

- потребительским свойствам товара
- позиции товара на рынке
- выбору целевых рынков
- технологии разработки товара
- технологиям транспортировки и хранения товаров

634 Какие средства распространения рекламы предпочтительнее использовать при рекламировании оборудования:

- специальные буклеты
- телевидение
- радио
- рекламные ролики
- бегущую строку

635 При какой форме спроса использование рекламы предприятием считается неэффективным

- чрезмерном спросе
- отрицательном спросе
- падающем спросе
- сезонном спросе
- при вариантах В и С

636 Какие основные составляющие имеет структура торгового маркетинга?

- Товары, продукты; Цена; Размещение; Продвижение; Люди
- Товары, продукты; Цена; Потребительская ценность; Продвижение; Люди
- Товарный знак; Цена; Размещение; Продвижение; Покупатели
- Обобщенный продукт; Торговая марка; Размещение; Продвижение; Люди
- Конкретные потребительские товары; Цена; Размещение; Реклама; Люди

637 Какие функции должны выполнять оптовые предприятия по отношению к клиентам – покупателям.

- Все вышеуказанные варианты верны.
- Оценка потребностей и спроса; преобразование промышленного ассортимента в торговый;
- Оценка потребностей и спроса; хранение товарных запасов;
- Оценка потребностей и спроса; хранение товарных запасов; кредитирование;
- Оценка потребностей и спроса; преобразование промышленного ассортимента в торговый; кредитирование;

638 Какие функции должна выполнять оптовая торговля по отношению к клиентам поставщикам

- Все вышеуказанные варианты верны.
- Концентрация коммерческой деятельности; поддержка процесса перехода прав собственности на товар;
- Концентрация коммерческой деятельности; инвестиционное обеспечение процесса товародвижения;
- Поддержка процесса перехода прав собственности на товар; инвестиционное обеспечение процесса товародвижения;
- Минимизация коммерческого риска; маркетинговая обслуживание.

639 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным на конкуренцию:

- метод ценообразования на основе торгов
- метод ценообразования, ориентированный на маркетинговую стратегию
- метод гибкого безубыточного ценообразования
- метод предельного ценообразования
- метод ценообразования, основанный на рентабельности инвестиций

640 Что понимается под закрытым рынком?

- Внутрифирменный товарный рынок
- Ограниченный рынок
- Регулируемый рынок
- Межфирменный рынок
- Внутренний рынок страны

641 Договор контрактации

- Товар, определяемый в момент заключения договора только количеством, либо вообще еще не изготовленной
- Хозяйственной связи между предпринимателем и производителями сельскохозяйственной продукции и заготовителями
- Товары сдаются покупателю тот час по заключению договора
- Товары сдаются покупателю через определенный срок
- Товар существующий и принадлежащий предпринимателю-продавцу в момент заключения договора

642 Виды расчета с векселями

- Простой и переводной;
- Простой и закрытый;
- Простой и открытый;
- Переводной и закрытый;
- Переводной и открытый.

643 Открытие счетов в банке

- Распоряжение владельца счета банку на перечисление денежных средств с его расчетного счета на счет покупателя денег
- Письменное поручение владельца счета обслуживающему его банку на перечисление указанной в чеке суммы денег с его счета на счет получателя средств;
- Организациям, по ходатайству владельца основного счета могут быть открыты расчетные субсчета для зачисления выручки и осуществления расчетов
- Вексельная сумма за вычетом учетного процента в пользу банка
- Поручение отделения банка покупателю отделению банка поставщика об открытии специального аккредитивного счета

644 Какие формы имеет коммерческий расчет?

- наличный и безналичный
- наличные расчеты, бумажные деньги
- вексели и чеки
- кредитные деньги, аккредитив
- Аккредитив, вексели и чеки

645 Формы денежного обращения

- Наличное и безналичное
- Вексели и чеки
- Наличные расчеты и бумажные деньги
- Кредиты и аккредитивы
- Аккредитивы, вексели и чеки

646 Что такое финансовое положение предприятия?

- Показывает ликвидность активов, непрерывность денежных средств в обращении и платежеспособность
- Показывает движение денежных средств, оптимальность товарных запасов и уровень расходов
- Показывает платежеспособность предприятия, возникновение средств, объем и структуру товарооборота
- Показывает платежеспособность населения, экономию издержек обращения, увеличение прибыли
- Показывает расход денежных средств, эффективность использования основных и оборотных средств

647 Основные виды транспорта используемого при перевозке потребительских товаров

- Железнодорожный, автомобильный, водный, воздушный, гужевой
- Железнодорожный, автомобильный, водный, воздушный]
- Железнодорожный, автомобильный, водный, гужевой
- Железнодорожный, водный, воздушный, гужевой
- Железнодорожный, автомобильный, воздушный , гужевой

648 Что относится к таможенным документам

- Все вышеуказанные варианты верны
- Таможенная декларация, экспортные и импортные лицензии, декларация валютного контроля
- Заявка на выдачу валютной лицензии, валютная лицензия
- Налоговая декларация, грузовая декларация
- Ветеринарные, санитарные свидетельства

649 Цель упаковки товаров заключается в:

- все вышеуказанные варианты верны
- предотвращении порчи товаров
- формировании единицы груза для транспортировки товаров
- формировании единицы груза для погрузки-выгрузки товаров
- формировании единицы груза для складирования товаров

650 Повышение цены на товар:

- приводит к повышению объема потребления
- приводит к увеличению объема спроса
- не влияет на объем спроса
- приводит к уменьшению объема спроса
- не влияет на объем продаж

651 Розничная торговля - это:

- деятельность по продаже товаров конечным потребителям
- деятельность по продаже товаров посредникам
- деятельность по продаже товаров предприятиям и организациям
- деятельность по продаже товаров агентам
- деятельность по продаже товаров мелко оптовым торговым предприятиям

652 К розничным торговым предприятиям относятся:

- универмаги
- промышленные агенты
- сбытовые агенты
- закупочные центры
- брокеры

653 Что такое розничная торговля

- Вид деятельности, направленный на доведение товаров и услуг от производителей до конечных потребителей
- Предложение товаров конечному потребителю с целью перепродажи
- Хранение товаров для бесперебойного снабжения населения
- Продажа продовольственных товаров и товаров повседневного спроса
- Складирование товаров с целью продажи

654 Что такое ассортимент

- Вид, тип, размер, марка, артикул, др. содержание продукции
- Состав товара по виду, типу и марке
- Состав товара по сорту, размеру
- Состав товара по размеру и цвету
- Состав товара по виду

655 Какие три дополнительных вида услуг имеются в торговом обслуживании

- Обслуживание, связанное с покупкой товара, обслуживание, связанное с использованием купленного товара, услуги, связанные с созданием в магазинах благоприятного обслуживания
- Обслуживание, связанное с покупкой товара, и их экономический (гарантийный) ремонт
- Продажа товаров, вторичная продажа, процессы, связанные со скидками
- Повторный ремонт товаров, упаковка, маркировка
- Взвешивание товаров, упаковка, доставка конечному потребителю

656 Где и когда был открыт первый универмаг?

- В США – 1915
- В Париже – 1852
- В Италии – 1912
- во Франции – 1900
- В Германии – 1952

657 Что предлагается в универсаме?

- моющие средства, продукты, товары для дома
- ткани, продукты, моющие средства
- моющие средства, обувь
- продовольственные товары, электрические товары

- продовольственные товары, швейные изделия

658 Где и когда был открыт первый универсам?

- в США – 1912
 во Франции – 1958
 в Москве – 1915
 в Германии – 1955
 в Италии – 1959

659 Как классифицируются товары в зависимости от способа производства?

- Стандартные и уникальные товары
 Личные потребительские товары, пассивно потребляемые товары
 Товары производственного назначения, стандартные товары
 Личные потребительские товары, товары первой необходимости
 Товары личного потребления и для производственных нужд

660 Что включаются в товарные запасы в сфере обращения по своему назначению?

- Текущие, сезонные, целевые товарные запасы
 Текущие запасы, запасы в торговых предприятиях и на рынках
 Товарные запасы на начало и конец года и запасы поступивших товаров
 Запасы на рынках, на начало года и товаров в пути
 Запасы целевые, текущие, сезонные

661 Эффективность складского хозяйства

- Рациональное использование складских площадей; уменьшение затрат времени на выполнение различных операций; гибкость в принятии решений; получении максимума при наименьших затратах
 Рациональное использование складских площадей; гибкость в принятии решений
 уменьшение затрат времени на выполнение различных операций; получении максимума при наименьших затратах
 Рациональное использование складских площадей; получении максимума при наименьших затратах
 Рациональное использование складских площадей; уменьшение затрат времени на выполнение различных операций

662 Какой товар не относится к новому товару:

- существующий товар, производимый для существующих рынков
 товар, впервые производимый предприятием и впервые выводимый на рынок
 все товары, впервые производимые на предприятии
 новый товар, выводимый на существующие рынки
 существующий товар, выводимый на новые рынки

663 Разработку нового товара целесообразнее осуществлять

- исходя из целей предприятия и имеющихся в наличии ресурсов
 путём получения патента со стороны
 путём получения лицензии со стороны
 собственными силами
 сотрудничая с иностранными фирмами

664 Товарный ассортимент характеризует:

- разновидности товаров и входит в номенклатуру

- все товары, производимые на предприятии и является более широким понятием, чем номенклатура товара
- потребительские свойства товара
- марочное наименование товара
- понятие товарный ассортимент не используется

665 Номенклатура товаров:

- 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

666 Торговая (товарная) марка - это:

- совокупность символов и названий, используемых для идентификации товаров
- показатель качества товара
- символы, используемые для идентификации товаров
- названия, используемые для идентификации товаров
- совокупность производимых товарных ассортиментов

667 Присвоение товарам торговой (товарной) марки отражает стремление

- выделить товар продавца или группы продавцов среди товаров конкурентов и идентифицировать его
- в упрощении учёта товара продавца или группы продавцов
- показать высокое качество товара продавца или группы продавцов
- показать высокие потребительские свойства товара продавца или группы продавцов
- обратить внимание на широту товарной номенклатуры продавца или группы продавцов

668 Основные черты системы стимулирования сбыта

- Привлекательность, информативность, кратковременный характер эффекта в росте продаж, многообразии средств и приемов стимулирования сбыта
- Создание и сохранение имиджа фирмы
- Привлекательность, информативность, кратковременный характер эффекта в росте продаж
- Все вышеуказанные варианты не верны
- Все вышеуказанные варианты верны

669 Перечислить организационные формы персональных продаж

- Торговый агент в процессе личной продажи контактирует с одним покупателем; торговый агент контактирует с группой потребителей;
- Группа сбыта фирмы-продавца контактирует с группой представителей фирмы-покупателя; проведение торговых совещаний
- Проведение торговых совещаний; проведение торговых семинаров
- Все вышеуказанные варианты не верны
- Все вышеуказанные варианты верны

670 Основные черты присущие торговой рекламе

- Конкретность, целенаправленность, гуманность, компетентность
- Правдивость, конкретность, целенаправленность, гуманность, компетентность
- Правдивость, гуманность, компетентность
- Правдивость, конкретность, гуманность, компетентность

- Правдивость, гуманность, компетентность

671 Согласно концепции интенсификации коммерческих усилий предприятие намеревается увеличить объем продаж за счёт:

- стимулирования сбыта
 совершенствования технологии производства
 улучшения технико-эксплуатационных и стоимостных параметров товаров
 изучения поведения и покупательских мотивов потребителей
 все вышеуказанные ответы верные

672 Предприятие предлагает рынку товар по одинаковой цене только одного вида, и его реклама направлена на все сегменты рынка. Какую форму маркетинга предпочтительнее использовать предприятию для завоевания рынка:

- недифференцированный маркетинг
 маркетинг товаров
 пробный маркетинг
 концентрированный маркетинг
 дифференцированному маркетингу

673 Цель разработки товарной политики маркетинга состоит в:

- определении товарного ассортимента, управлении жизненным циклом товара и претворении в жизнь других мер, связанных с товаром
 составлении договоров с поставщиками и покупателями
 подготовке мер по удержанию существующих и привлечению новых потребителей
 подготовке технологии хранения и транспортировки товаров
 организации рекламной кампании товаров и претворении в жизнь мероприятий по стимулированию сбыта

674 Предприятие производит товар и реализует его на мелких сегментах рынка, так называемых субсегментах. Какой форме маркетинга соответствует маркетинговая деятельность предприятия в данном случае

- концентрированному маркетингу
 активному маркетингу
 прямому маркетингу
 недифференцированному маркетингу
 дифференцированному маркетингу

675 В каком из ниже приведённых случаев целесообразно использование дифференцированной формы маркетинга:

- потребности, вкусы, покупательские мотивы потребителей существенным образом отличаются друг от друга
 предприятие в состоянии удовлетворить потребности всех типов потребителей
 потребности, вкусы, покупательские мотивы потребителей схожи
 предприятие обращается с одинаковым предложением ко всем рыночным сегментам
 предприятие не проводит модификацию товара

676 Какими средствами осуществляется товарно-денежные расчеты торговых предприятий?

- С использованием расчетных и текущих счетов в банках
 Все расчеты производятся путем переводов наличных денежных средств
 С помощью покупателей и поставщиков

- С помощью кратко- и долгосрочных кредитов
- С помощью товарного обмена и перевода наличных денежных средств

677 Что такое расчетный счет?

- Форма сохранения денежных средств и осуществления безналичных расчетов торгового предприятия (фирмы, компании и др.)
- Форма взаимосвязи торговых предприятий (фирм, компаний и др.) с поставщиками
- Форма расчетов между покупателями и продавцами
- Форма сохранения по лимиту денежных средств в кассе предприятия
- Форма взаимных расчетов с поставщиками

678 Безналичная форма расчетов

- Безналичные перечисления по расчетным, текущим и валютным счетам клиентов в банках
- Аккредитивная форма расчетов и платежными-поручениями требованиями
- Расчет с платежными поручениями
- Расчет чеками, векселями и в порядке плановых расчетов
- Все вышеуказанные варианты верны

679 Где должны храниться свободные денежные средства предприятия?

- На счетах в банковских учреждениях;
- В кассе предприятия
- На депозитных и специальных счетах в банке;
- На чековых книжках
- На аккредитивах и пластиковых картах.

680 Контроль за правильным ведением кассовой книги возлагается на:

- Главного бухгалтера;
- Руководителя предприятия
- Кассира;
- Завхоза;
- Менеджера.

681 Как определяется лимит денежных средств в кассе?

- В Азербайджане по правилам ведения кассовой книги;
- По указанию руководителя предприятия
- Не определяется;
- Менеджерами.
- По согласованию между предприятием и банковским учреждением;

682 Какими документами оформляется передача наличных денег из кассы в банк

- Объявлением о вносе наличных денег в банк;
- Платежным поручением;
- Устным распоряжением руководства;
- Платежным требованием-поручением
- Устным распоряжением бухгалтера.

683 Имеет ли право организация до момента государственной регистрации производить какие-либо операции через банк?

- Не имеет;

- Имеет;
- Частично имеет
- Имеет если в банке открыт расчетный счет.
- Частично не имеет;

684 Наличные деньги, полученные из учреждений банка, организация может расходовать

- Только на те цели, на которые они получены;
- На любые цели, предусмотренные уставом организации;
- На любые собственные цели, не запрещенные законодательством АР;
- Только на покупку товара;
- На выдачу заработной платы.

685 Наличная форма расчетов .

- Прием наличных денег организациями при осуществлении расчетов с населением ;
- Прием наличных денег организациями при осуществлении расчетов с населением; расчет с чеками;
- Прием наличных денег организациями при осуществлении расчетов с населением; расчетов в порядке плановых платежей;
- Расчет с чеками и в порядке плановых платежей;
- Расчет в порядке плановых платежей.

686 Сущность расчета чеками

- Письменное поручение владельца счета обслуживающему его банку на перечисление указанной в чеке суммы денег с его счета счет получателя средств;
- Безналичные перечисления по расчетным, текущим и валютным счетам клиентов в банках;
- Получатель средств представляет в обслуживающий его банк расчетный документ, об уплате получателю определенной суммы
- Поручение отделения банка покупателя отделению банка поставщика;
- Распоряжение владельца счета банку на перечисление денежных средств с его расчетного счета на счет покупателя денег.

687 Когда аннулируется регистрация товарного знака

- Все вышеуказанные варианты верны
- В связи с прекращением срока ее действия
- На основании решения Высшей патентной палаты о досрочной прекращении ее действия
- По причине использования знака на товарах не обладающих единичными качественными характеристиками
- В случае отказа от нее владельца товарного знака

688 Основные требования, предъявляемые к товароснабжению розничных торговых предприятий:

- С учетом ассортимента и объема выпускаемых товаров
- Оснащенностью торгового предприятия, торгово-технологическим оборудованием
- Плановость, ритмичность, оперативность, экономичность, технологичность, централизация
- Типом и мощностью предприятия
- В соответствии со спросом населения

689 Какие услуги оказывает оптовые предприятия клиентам-покупателям.

- Все вышеуказанные варианты верны.
- 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;

690 Какие основные операции выполняет коммерческая работа по оптовой продаже товаров

- Все вышеуказанные варианты верны.
- 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;

691 Цель товародвижения заключается в :

- Повышению качества товаров и обеспечении оказания им сервисных услуг
- обеспечении доставки товаров в нужное время в нужное место с минимальными затратами
- обеспечении широкого ассортимента продаваемых товаров
- обеспечении партийности (укомплектованности) продаваемых товаров
- обеспечении проведения мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта

692 Какие основные задачи коммерческих услуг в торговле:

- состоит из обслуживающих структур по географическим принципам для прогнозирования и изучения объема региональных товарных рынков в торговле
- состоит из функциональных структур для прогнозирования и изучения объема региональных товарных рынков в торговле
- основные задачи коммерческих услуг в прогнозировании и изучении объема региональных товарных рынков в торговле
- состоит из внедрения в жизнь рекламно-информационной деятельности проведение дифференциации между потребителями и поставщиками
- состоит из обслуживающих структур по товарно-рыночным принципам для прогнозирования и изучения объема региональных товарных рынков в торговле

693 Некоммерческим организациям как субъекту рынка услуг:

- Разрешено оказывать платные услуги согласно законодательству РФ
- Разрешено оказывать только бесплатные услуги
- Запрещено предоставлять платные услуги
- Разрешение оказывать платные услуги
- Каждая некоммерческая организация руководствуется своими собственными интересами