

3716_Ru_Qiyabi_Yekun imtahan testinin sualları

Fənn : 3716 Kommersiya işi

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

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

2 Что представляет собой рыночная инфраструктура

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

3 Чем отличается коммерческая деятельность от предпринимательской.

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

4 С чем связана необходимость применения коммерция в нашей стране:

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

5 Как учреждается полное товарищество

- Учреждается не менее чем двумя компаньоном и одним пайщиком
- Учреждается не менее чем одним компаньоном и одним пайщиком
- Учреждается не менее чем тремя физическими или юридическими лицами
- Учреждается не менее чем тремя юридическими лицами
- учреждается не менее чем двумя физическими и юридическими лицами на основе договора

6 Какие процессы выполняются в торговле?

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

7 Этапы развития коммерческой деятельности в Азербайджане

- 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; 1928-1960; 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; 1921-1928; 1928-1961; 1961-1986; 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.

8 Когда принят закон Азербайджанской Республики О собственности

- 1993
- 1995
- 1997
- 1999
- 1991

9 Объект изучения курса Коммерческая деятельность

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

10 Предмет курса Коммерческая деятельность

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

11 Что изучает Коммерческая деятельность как научная дисциплина

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

12 Что является предметом торговли в современных условиях

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

13 Что является предметом торговли

- Продавцы
- Товар
- Цена
- Услуга
- Покупатели

14 В чем заключается основная цель торговой деятельности

- Получить максимальную прибыль
- Удовлетворение потребностей покупателей

- Продать как можно больше товаров
- Превращать товары в деньги, деньги в товары
- Завоевать наибольшее количество покупателей

15 Торговля это:

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

16 Коммерческие процессы - это

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

17 Какие из данных процессов являются технологическими

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

18 Что составляет теоретическую основу коммерции:

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

19 Организационно-правовые формы предприятий

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

20 Задачи развития коммерческой работы на современном этапе

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

21 Что представляет собой торговая конъюнктура?

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

- состояние торговли при соответствующем уровне цен за определенный период времени
- превышение предложения над спросом при сложившемся уровне цен

22 Обязательные условия договора поставки

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

23 Что такое хозяйственные связи?

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

24 Как создаются объединенные предприятия

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

25 Основными элементами хозяйственной самостоятельности в торговле являются:

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

26 Какими методами пользуются при планировании розничного товарооборота?

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

27 Формы оплаты труда в торговле и массовом питании.

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

28 С точки зрения экономической сущности торговля определяется как:

- самая развитая, целенаправленная форма товарного обмена
- форма товарного обращения, осуществляемая при посредстве денег, отрасль национальной и международной экономики

- совокупность внутренней и внешней торговли
- форма применения денежного товарообмена в национальной экономике
- сфера деятельности, создающая экономические отношения между физическими лицами

29 Какие из перечисленных являются закономерностями развития спроса?

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

30 Какие основные задачи коммерческих услуг 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
- состоит из обслуживающих структур по географическим принципам для прогнозирования и изучения объема региональных товарных рынков в торговле

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

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

32 Как учреждается акционерное общество

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

33 Когда принят закон Азербайджанской Республики Об Акционерных Обществах

- 2002
- 2000
- 1994
- 1996
- 1998

34 Перечислить основные группы рынков

- Средства производства и производственных видов деятельности; потребительские товары
- Все вышеуказанные варианты верны
- информация ; инновация
- Рабочая сила; ценная бумага; валюта;
- Услуги; жильё, здание и сооружения непроизводственного назначения

35 Что входит в деятельность торговых услуг

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

36 Какие имеются принципы хозяйственной самостоятельности в торговле?

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

37 Принципы организации оплаты труда в торговле.

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

38 Какие имеются методы планирования?

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

39 Формы применяемых имущественных санкций

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

40 Договор поставки заключается на

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

41 Договор поставки товаров

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

42 Договор купли-продажи товаров

- Все вышеуказанные варианты верны
- 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

43 Что такое пролонгация?

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

44 Требования к речи в деловом контакте

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

45 Какие профессиональные требования предъявляются коммерческому работнику?

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

46 Что такое хеджирование

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

47 Что входит в деловую информацию?

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

48 Что такое коммерческая тайне?

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

49 Что такое Коммерческая информация

- Хеджирование; сведение о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг
- Сведение о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг
- Хеджирование
- Преднамеренно скрываемые экономические интересы деятельности фирмы

- Сведения в виде документов, схем, изделий относящиеся к коммерческой тайне фирм

50 Что такое информация?

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

51 Что такое деловой протокол?

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

52 Что такое риск?

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

53 Что представляет собой риск для предпринимателя?

- Снижение эффективности использования основного и оборотного капитала
 Недополучение предусмотренных заранее результатов
 Вероятность снижения денежных доходов и покупательской способности населения
 Вероятность выдерживания финансовых потерь, возникновение опасности
 Снижение объема товарооборота и изменение его структуры

54 Какие методы используются для определения степени риска?

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

55 Коммерческий риск

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

56 Что такое рекламация?

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

57 Сколько видов коммерческой переписки?

- Пять
- Три
- Два
- Четыре
- Шесть

58 Различия коммерческой информации коммерческой тайны

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

59 Основные типы товарного знака

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

60 Что такое коллективный знак

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

61 Марочное название - это:

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

62 Как учреждается командитное товарищество

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

63 Что входит в техническую информацию?

- Научно-технические проекты; Заявки на патенты; Информационный процесс;
- Научно-технические проекты; конструкторские разработки
- Заявки на патенты; дизайн
- Информационный процесс; программное обеспечение ЭВМ
- Все выше указанные варианты верны

64 Что такое коммерческий секрет?

- Сведения в виде документов, схем, изделий относящиеся к коммерческой тайне фирм ;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

65 Ёмкость рынка определяется нижеследующим образом

- 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
- 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

66 Что включает этический кодекс предпринимателя-коммерсанта

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

67 Возникновение финансового риска порождают:

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

68 Для предпринимателя финансовый риск представляет:

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

69 Рынок институциональных организаций состоит из:

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

70 Рынок средств потребления состоит из

- потребителей, закупающих товары для ликвидации последствий стихийных бедствий
- потребителей, закупающих товары для перепроизводства
- предприятий и организаций, закупающих товары для их дальнейшей перепродажи
- потребителей, закупающих товары для личного потребления
- потребителей, занимающихся производством средств потребления

71 Нормы защиты коммерческой тайны

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

72 Что такое коммерческие письма?

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

73 С чем связано возникновение финансового риска?

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

74 Что такое оферта?

- Сведение о сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг
- Формальное предложение заключить коммерческую сделку
- Коммерческий документ, представляющий предъявление претензии к стороне нарушившей обязательства
- Преднамеренно скрываемые экономические интересы деятельности фирмы
- Деловая переписка

75 Понятие Этикет

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

76 Какие личностные требования предъявляются коммерческому работнику?

- Готовность рисковать, верность данному слову, высокие духовные качества
- 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

77 В зависимости от сферы затрачиваемого капитала выделяют:

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

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

- это внутренний фактор
- нет
- зависит от вида деятельности
- да ,можно
- если предприятием частное

79 можно ли уровень экономического развития страны отнести к внешним факторам влияющим на деятельность предприятий

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

80 На какие основные предположения основываются в коммерческих организациях

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

81 По какому документу готовая продукция сдается на склад:

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

82 Что называется готовой продукцией

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

83 Как определяют фактическую себестоимость товаров в оптовых торговых организациях

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

84 Что такое клиринг

- Сделка, предусматривающая обмен определенного количества товара на обусловленное количества другого товара
- 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

85 За счет каких источников финансируются капитальные вложения?

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

86 Что понимается под кредитным обеспечением товарооборота?

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

87 Что называется дисконтом

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

88 Сущность расчета платежными поручениями

- Безналичные перечисления по расчетным, текущим и валютным счетам клиентов в банках;
- Распоряжение владельца счета банку на перечисление денежных средств с его расчетного счета на счет покупателя ;
- Письменное поручение владельца счета обслуживающему его банку на перечисление указанной в чеке суммы денег с его счета на счет получателя средств.
- 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 ;

89 Сущность аккредитивной формы расчетов

- Безналичные перечисления по расчетным, текущим и валютным счетам клиентов в банках ;
- Поручение отделения банка покупателя отделению банка поставщика об открытии специального аккредитивного счета для немедленной оплаты поставщика на условиях, предусмотренных в аккредитивном заявлении
- Письменное поручение владельца счета обслуживающему его банку на перечисление указанной в чеке суммы денег с его счета на счет получателя средств.
- 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 ;

90 Сущность расчета платежными поручениями-требованиями

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

91 При каких условиях выдается новый аванс подотчетному лицу

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

92 Какой момент реализации считается моментом права собственности на товар?

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

93 Какие документы относятся к банковским платежным документам

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

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

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

95 Неосвязаемость, не отделимость от источника и изменчивость качества - это особенности, присущие

- объектам капитального строительства
 средствам потребления
 средствам производства
 сельскохозяйственной продукции
 услугам

96 Услуги - это:

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

97 Когда аннулируется регистрация товарного знак

- В связи с прекращением срока ее действия
 Все вышеуказанные варианты верны
 В случае отказа от нее владельца товарного знака

- По причине использования знака на товарах не обладающих едиными качественными характеристиками
- На основании решения Высшей патентной палаты о досрочной прекращении ее действия

98 Термин капитал марки означает:

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

99 Сущность промышленного шпионажа?

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

100 Классифицируйте риски в зависимости от сферы расходования капитала.

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

101 Что из перечисленного не относится к риску?

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

102 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

103 Как называется способ снижения риска?

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

104 Какова цель финансового отчета

- Представление информации пользователям финансовой отчетности о изменении финансового состояния
- Представление информации пользователям финансовой отчетности для принятия экономических решений об изменениях в финансовом положении
- 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 решений

- Предоставление информации о финансовых результатах пользователям финансовой отчетности для принятых решений

105 Что относится к платным услугам, оказываемым магазинами

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

106 На сколько видов можно подразделить дополнительные торговые услуги

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

107 Какие критерии учитываются в процессе принятия решений о покупке товара

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

108 Консьюмеризм - это:

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

109 Потребительская цена товара - это:

- сумма расходов на сбыт товара
 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
 сумма расходов на установку товара и сервисные услуги
 номинальная цена товара

110 Цена продажи товара - это:

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

111 Что относится к денежным средствам предприятия?

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

- Деньги, находящиеся в чековых книжках, переводах в пути и денежных депозитах;

112 Что такое бартер

- 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 количества другого товара
- Товары, ввозимые на таможенную территорию государства, произведенные за рубежом
- Товар, перемещаемый через таможенную границу и вывозимый с территории государства

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

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

114 На чем основывается анализ финансового положения фирмы?

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

115 Рациональная организация технологического процесса на складах

- Последовательное и планомерное выполнение складских операций; наиболее полное использование оборудования и складских помещений;
- Все варианты не 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
- Все варианты верны

116 Показатели, используемые при оценке эффективности работы складов

- Складской товарооборот, коэффициент использования полезного объема склада
- Коэффициент использования полезного объема склада, уровень механизации складских работ
- 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;

117 Какие операции выполняются на складах при отпуске товаров

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

118 Присвоение товарам торговой (товарной) марки отражает стремление

- в упрощении учёта товара продавца или группы продавцов

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

119 Торговая (товарная) марка - это:

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

120 Товарный ассортимент характеризует:

- понятие товарный ассортимент не используется
- 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

121 Разработку нового товара целесообразнее осуществлять

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

122 Какой товар не относится к новому товару:

- существующий товар, выводимый на новые рынки
- 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

123 Эффективность складского хозяйства

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

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

- Запасы целевые, текущие, сезонные
- 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

125 Какими показателями характеризуется скорость обращения товаров?

- В натуральном выражении и днях
- В днях, в разгах

- В натуральном и стоимостном выражении
- Относительными и абсолютными показателями
- По объему и структуре оборота

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

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

127 Что подразумевается под товарными фондами?

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

128 Что из перечисленных не входит в обязанности продавца оптовой базы

- сдача оборудования, инвентаря взятого в аренду
- 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

129 Каковы основные формы товародвижения?

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

130 К оптовым торговым предприятиям относятся:

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

131 Прямой канал маркетинга соответствует:

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

132 четырёхуровневому каналу распределения

- деятельность по продаже товаров сельскому населению
- деятельность по продаже товаров конечным потребителям
- продажа товаров лицам, приобретающим их для личного потребления
- деятельность по продаже товаров городскому населению
- деятельность по продаже товаров предприятиям-производителям и посредникам

133 Какие основные операции выполняет коммерческая работа по оптовой продаже товаров

- Организация учета выполнения договоров с покупателями товаров; рекламно-информационная деятельность;
- Установление хозяйственных связей с покупателями товаров; выбор форм и методов оптовой продажи 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;

134 Какие услуги оказывает оптовые предприятия клиентам-покупателям.

- Оценка потребностей и спроса; преобразование производственного ассортимента в торговый;
- Все вышеуказанные варианты верны.
- Доставка товаров; кредитирование закупки; концентрация товарной массы;
- Преобразование производственного ассортимента в торговый; хранение товарных запасов; доставка;
- Преобразование производственного ассортимента в торговый; хранение товарных запасов;

135 Какие операции выполняются на складах при хранении товаров

- Организация складского пространства; размещение товаров; создание необходимых условий хранения и охраны товаров; организация учета 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
- Размещение товаров; создание необходимых условий хранения и охраны товаров; движение и перемещение товаров; обеспечение возможности использования подъемно-транспортного оборудования
- Организация складского пространства; размещение товаров; организация учета товаров; движение и перемещение товаров
- Создание необходимых условий хранения и охраны товаров; организация учета товаров; движение и перемещение товаров; обеспечение возможности использования подъемно-транспортного оборудования

136 Какие имеются формы товарных запасов?

- Запасы сельскохозяйственной продукции, потребительских товаров
- 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

137 Транзитный оптовый товарооборот- это:

- Продажа товаров со складов оптовых торговых предприятий
- Поставка товаров , отгруженных со складов производственных предприятий- поставщиков непосредственно оптовым торговым предприятиям
- Поставка товаров производителями непосредственно розничной торговле, минуя складские звенья
- Продажа товаров в розницу непосредственно со складов оптовых предприятий
- Форма отгрузки товаров, при которой оптовая база не участвует в расчетах с организацией-поставщиком

138 Что представляет собой складской оптовый товарооборот?

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

139 Как группируются издержки обращения в торговле по своей сущности?

- Расходы, связанные с количеством работников и заработной платой

- 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 производительностью труда и повышением эффективности труда

140 Какие имеются плановые показатели?

- План по труду, товарооборот
- Количественные показатели и экономические показатели
- Стоимостные показатели, издержки обращения
- Количественные и качественные показатели и экономико-хозяйственные показатели
- Натуральные показатели, показатель товарооборота

141 Как определяется фабрично-заводская себестоимость?

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

142 В какую фазу расширенного воспроизводства соотносятся товарные фонды?

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

143 Время товарного обращения – это:

- Время в течение которого осуществляется кругооборот капитала
- 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

144 Что такое оптовые продовольственные рынки.

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

145 Какие функции выполняет ярмарочный комитет.

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

146 Что такое мелкооптовые магазины-склады

- Место купли продажи конкурентноспособного сельскохозяйственного сырья и продовольствия
- Разновидность оптового рынка, ориентированная на мелких покупателей
- Все вышеуказанные варианты верны

- Павильонно -секционная организация торгового процесса
- Помещение для хранения товаров

147 Что такое цена покупателя?

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

148 Из чего состоит полная себестоимость продукции?

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

149 Канал распределения - это:

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

150 Основные этапы проведения ярмарки

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

151 По каким признакам классифицируются поставщики

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

152 Этапы коммерческой работы по оптовым закупкам

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

153 Объясните сущность издержек обращения.

- Расходы, связанные с производительностью труда и повышением эффективности труда
- 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

154 Емкость рынка – это:

- Факторы, оказывающие периодическое воздействие в течение конкретного периода времени
- Периодические факторы, оказывающие постоянное воздействие в течение конкретного периода времени
- Периодические факторы, оказывающие регулярное 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

155 Что означает формула Т-Д

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

156 Цель товародвижения заключается в :

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

157 Какие методы применяются при оптовом складском обороте

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

158 По каким признакам классифицируются оптовые ярмарки.

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

159 Виды оптовых ярмарок

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

160 Какие основные факторы оказывают влияние на организацию процесса товародвижения?

- Создание технологической цепи, способной своевременно и бесперебойно доводить товары от производителей до потребителей
- Производственные, транспортные, социальные, торговые

- Научно-технический прогресс, уровень автоматизации
- Механизация и автоматизация технологических процессов в торговле
- Качество торгового обслуживания и оказания дополнительных услуг

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

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

162 Какие функции выполняет массовое питание?

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

163 Что входит в общий товарооборот предприятий массового питания?

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

164 Кто такой брокер?

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

165 Кто такой маклер

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

166 Внемагазинные формы продажи товаров:

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

167 Виды услуг, оказываемые покупателю:

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

- Услуги, связанные с дополнительными затратами торгового предприятия

168 Методы завоза товаров на розничные торговые предприятия:

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

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

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

170 Какие средства труда относятся в состав основных фондов торговли?

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

171 Дайте определение розничному товарообороту.

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

172 Где и когда был открыт первый универсам?

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

173 Что предлагается в универсаме?

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

174 Где и когда был открыт первый универмаг?

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

175 Какие три дополнительных вида услуг имеются в торговом обслуживании

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

176 Что такое ассортимент

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

177 Что такое розничная торговля

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

178 К розничным торговым предприятиям относятся:

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

179 Розничная торговля - это:

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

180 Повышение цены на товар:

- не влияет на объём продаж
- не влияет на объём спроса
- приводит к увеличению объёма спроса
- приводит к повышению объёма потребления
- приводит к уменьшению объёма спроса

181 Цель упаковки товаров заключается в:

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

182 Что относится к таможенным документам

- Ветеринарные, санитарные свидетельства
- Все вышеуказанные варианты верны

- Заявка на выдачу валютной лицензии, валютная лицензия
- Таможенная декларация, экспортные и импортные лицензии, декларация валютного контроля
- Налоговая декларация, грузовая декларация

183 Основные виды транспорта используемого при перевозке потребительских товаров

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

184 Продажа товаров через прилавок обслуживания

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

185 Имеющиеся методы розничной продажи товаров.

- С открытой выкладкой, через прилавок обслуживания, по предварительным заказам ,по образцам
- 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.

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

- производитель-потребитель
- производитель-розничный торговец-потребитель
- производител-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель
- производитель-оптовый торговец-потребитель
- производитель-оптовый торговец-агент-потребитель

187 Широта товарной номенклатуры - это:

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

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

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

189 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

190 Уровневое прогнозирование

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

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

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

192 Какие услуги оказывает оптовые предприятия клиентам-поставщикам

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

193 Важнейший элемент оптовой инфраструктуры:

- Оптовые структуры крупных розничных предприятий
- 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

194 Функции оптовой торговли по отношению к поставщикам товаров:

- Обновление и модернизация складского хозяйства
- 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

195 Важнейшие направления развития МТБ оптовой торговли:

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

196 Рынок, соответствующий положению, при котором объем спроса превышает предложение, - это:

- рынок посредников
- рынок средств производства
- рынок потребителей

- рынок производителей
- рынок правительственных учреждений

197 Сколько этапов формирования товаров в магазинах

- Шесть
- Три
- Два
- Четыре
- Пять

198 Что такое альтернативный спрос

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

199 Что такое устойчивый спрос

- 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;
- Предъявляется на определенный товар и не допускает его замены; формируется в процессе непосредственного ознакомления покупателей с товаром;

200 Какие имеются виды оптового товарооборота?

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

201 Какие имеют формы транзитный товарооборот по расчетам с поставщиками?

- По расчетам оптовой базы непосредственно 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

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

- 4
- 0
- 1
- 2
- 3

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

- продукции нефтяного машиностроения

- сливочного масла
- чёрного металла
- легковых автомобилей
- оборудования

204 Содержание коммерческой работы по оптовой продаже товаров заключается в:

- Рекламно- информационная деятельность
- 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

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

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

206 По каким признакам классифицируются товары

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

212 На каком этапе чрезвычайно важна напоминающая реклама?

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

213 Понятие глубины ассортимента]

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

214 Понятие широты ассортимента

- Детализация группового ассортимента по конкретным видам и разновидностям товаров.
- 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;

215 Внутригрупповой ассортимент

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

216 Групповой ассортимент

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

217 Торговый знак - это:

- торговая марка
- запатентованное марочное название
- символы, используемые в торговой марке

- юридически защищённая марка или её часть
- марочное название

218 Марочная эмблема (знак) - это:

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

219 Широта товарного ассортимента означает:

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

220 Более низкая цена на товар наблюдается на этапе:

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

221 Разработка нового товара начинается с:

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

222 Что такое эластичность спроса?

- Спрос, не изменяемый в зависимости от цены
- Спрос, изменяемый в зависимости от цены
- Спрос, возрастающий-уменьшающиеся в зависимости от цены
- Спрос, мало изменяемый в зависимости от цены
- Спрос, не изменяемый свою стоимость в зависимости от цены

223 Периодические факторы, влияющие на рыночную конъюнктуру?

- Оказывают периодическое влияние в течении конкретного периода
- Периодические факторы оказывают постоянное влияние в течении конкретного периода
- Периодические факторы оказывают ежедневное влияние в течении конкретного периода
- Оказывают случайное, частное, но периодическое влияние в течении конкретного периода
- Оказывают регулярное влияние в течении конкретного периода

224 В каких единицах измеряются товарные запасы

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

225 В каких формах бывают товарные запасы

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

226 Как классифицируются товары в зависимости от назначения?

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

227 Товарные запасы торговых предприятий классифицируется по:

- Товарные запасы находящиеся в торговой сети, в пути
- Сезонные, планируемые, не планируемые
- Текущие, сезонные, целевые
- Назначению, место нахождению, срокам, единицам измерения
- Находящиеся в пути, целевые, по назначению

228 Номенклатура товаров

- отражает различие во внешнем оформлении товара
- отражает потребительские свойства товара
- характеризует разновидности товаров
- это понятие более широкое, чем товарный ассортимент и характеризует совокупность всех товаров, предлагаемых рынку
- означает марочное наименование товара

229 Глубина товарной номенклатуры - это:

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

230 Что такое жизненный цикл товара

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

231 Что такое импульсный спрос

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

232 Что такое торговый ассортимент

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

233 Что такое производственный ассортимент

- Количество товарных групп.
- 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;

234 Что такое ассортимент товаров

- Количество товарных групп.
- Номенклатура товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети;
- Номенклатура товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными организациями;
- Совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных или сочетающихся по определенному признаку;
- Перечень товарных групп, включенных в номенклатуру

235 Что относится к документам по платежно -банковским операциям

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

236 Из каких этапов складывается коммерческая работа по розничной продаже товаров

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

237 Показатели качества розничной торговой сети

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

238 Что такое типизация торговых предприятий

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

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

239 Показатели конъюнктуры рынка

- Скорость оборота товаров; динамика численности занятых в отрасли
- 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

240 Перечислить важнейшие функции торговли \

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

241 Что такое варрант?

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

242 Управление покупательскими потоками:

- Широкое использование современного оборудования
- 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

243 Основные требования, предъявляемые к товароснабжению розничных торговых предприятий:

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

244 Как влияет типизация торговой сети на предприятия розничной торговли?

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

245 Что входит в состав оборотных средств торговли?

- Технологические сооружения и производственное оборудование
- Товарные запасы, денежные средства, прочие активы
- Здания, сооружения

- Постоянное, измерительно-весовое, кассовое оборудование
- Транспортные средства

246 По каким показателям определяется розничный товарооборот?

- Остатки товаров, структура оборота, поступление товаров
- Покупательский фонд, план по труду, фонд заработной платы
- Продажа товаров, товарные запасы, поступление товаров
- Объем производственной программы, товарные запасы, продажа товаров
- Поступление, покупательский фонд, издержки обращения

247 На основе каких показателей составляется план товарооборота торгового предприятия?

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

248 Какой из ниже перечисленных методов продажи товаров являются прогрессивными

- Продажа товара в метро, автобусах, поездах и самолетах
- 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

249 Сколько в основном функций выполняет сеть розничной торговли

- 40
- 32
- 8
- 16
- 24

250 Какие методы не применяются при продаже товаров в розничной торговле

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

251 Как проводится классификация по разным признакам концентрации возможностей магазинов

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

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

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

253 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированым на спрос:

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

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

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

255 Франко цена товара позволяет:

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

256 Коммерческая работа по розничной продаже товаров включает следующие этапы

- 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
- Формирование рационального (при определенных условиях оптимального) ассортимента товаров в торговом предприятии
- Рекламно- информационную деятельность розничных торговых предприятий

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

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

258 Какие имеются формы кредита в рыночных условиях?

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

259 Укажите основные функции финансов торговли.

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

260 Сущность расчета в порядке плановых платежей

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

261 Сущность расчета чеками

- 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;
- Распоряжение владельца счета банку на перечисление денежных средств с его расчетного счета на счет покупателя денег.
- Поручение отделения банка покупателя отделению банка поставщика;
- Получатель средств представляет в обслуживающий его банк расчетный документ, об уплате получателю определенной суммы

262 Наличная форма расчетов .

- Расчет в порядке плановых платежей.
- 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;

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

- На выдачу заработной платы.
- 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;

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

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

265 Какими документами оформляется передача наличных денег из кассы в банк

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

266 Как определяется лимит денежных средств в кассе?

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

267 Контроль за правильным ведением кассовой книги возлагается на:

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

268 Где должны храниться свободные денежные средства предприятия?

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

269 Безналичная форма расчетов

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

270 Что такое расчетный счет?

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

271 Что такое финансовое положение предприятия?

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

272 Формы денежного обращения

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

273 Какие формы имеет коммерческий расчет?

- Аккредитив, вексели и чеки
- вексели и чеки

- наличные расчеты, бумажные деньги
- наличный и безналичный
- кредитные деньги, аккредитив

274 Открытие счетов в банке

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

275 Виды расчета с векселями

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

276 Договор контрактации

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

277 Что понимается под закрытым рынком?

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

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

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

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

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

280 Когда принят закон Азербайджанской Республики Об электронной торговле

- 2007
- 2004
- 2002
- 2006
- 2000

281 Классификация розничной торговой сети по признаку стационарности

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

282 Предмет договора поставки товаров

- 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 верны
- Товары сдаются покупателю через определенной срок
- Товары сдаются покупателю тот час по заключению договора

283 Предмет договора купли-продажи

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

284 Что входит в систему хозяйственных связей

- Все вышеуказанные варианты не 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 верны

285 Что представляет собой свободный рынок?

- На свободных рынках спрос и предложение уравниваются по характеру и степени
- На свободных рынках один из контрагентов при заключении торговых договоров обладает наибольшей свободой по отношению к другому
- 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

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

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

287 Виды сбыта товаров

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

288 Краткосрочный прогноз объема продаж составляется на:

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

289 Какие комплексные услуги оказывают оптовые предприятия

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

290 Перечислить перспективные формы организации оптовых предприятий

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

291 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

292 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
- Оптовая база производит расчеты с поставщиками по товарам при складском обороте поставки товаров
- Подразумевается как продажа со складов в виде розничной продажи товаров
- Стоимость товаров, поставляемых со складов промышленных предприятий оптовым предприятиям

293 Что такое складской оборот?

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

294 Как классифицируется содержание товарных ресурсов?

- Импортируемые товары, товары на экспорт, промышленное производство
- Промышленная продукция, продукция для продажи, товарные фонды, товарные запасы
- Товарные фонды, валовая продукция, товарные запасы и сельскохозяйственная продукция
- Реализованная продукция, проданная продукция, оплаченная продукция
- Валовая продукция, продукция для продажи, реализованная продукция и товарные фонды

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

- Оптовая торговля и оказываемые в магазинах покупателям торговые услуги
- Продажа через автоматы, компьютеры, оптовые продажи
- Оптовая торговля, самообслуживание
- Стимулирование и личные продажи
- Личные продажи, оптовые продажи, продажи на дому

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

301 Товародвижение - это:

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

302 Уровень канала распределения определяется

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

303 К какому уровню товара относится оказание сервисных услуг:

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

304 Контактной аудиторией для производителя являются:

- посредники
- СМИ
- клиенты
- конкуренты
- поставщики

305 Конъюнктура рынка - это:

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

306 Среднесрочный прогноз объема продаж составляется на срок

- от 1 до 3 лет
- от 1 до 5 лет
- от 1 до 7 лет
- от 1 до 2 лет
- от 1 до 4 лет

307 Долгосрочный прогноз объема продаж составляется на срок

- от 5 до 10 лет
- от 5 до 25 лет
- от 5 до 20 лет
- от 5 до 30 лет
- от 5 до 15 лет

308 Виды оптовых предприятий:

- Автономные сбытовые оптовые структуры и сбытовые подразделения промышленности

- Универсальные оптовые торговцы
- Хозяйственные товарищества и акционерные общества
- Специализированные, посреднические и организаторы оптового оборота
- Предприятия общенационального уровня, предприятия регионального уровня

309 Основные задачи оптовой торговли:

- Способствует синхронности производства и потребления
- Способствует созданию условий хранения товаров
- Ускоряет процесс товародвижения
- Осуществляет процесс накопления товарных запасов
- Торговля с последующей их перепродажей или для промпереработки

310 Особенности магазинов сниженных цен- дискунтов

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

311 Что относится к транспортно-экспедиторским документам

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

312 Классификация розничной торговой сети по товарно-ассортиментному профилю

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

313 Функции розничной торговой сети

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

314 Приемка товаров по качеству

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

315 Чем характеризуется рыночная ситуация

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

316 Общая характеристика торгово-технологического процесса:

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

317 Формы продажи товаров по образцам:

- Применение прогрессивных форм продажи
- 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 товаров с открытым доступом к товару
- С личной отборкой покупателям
- Продажа по каталогам

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

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

319 Признаки специализации розничной торговой сети

- Оказание дополнительных услуг
- Товарный профиль, формы торгового обслуживания
- Градостроительный признак
- Этажность и планировка торговых помещений
- Техническая оснащенность предприятия

320 Что такое минимум ассортимента

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

321 Когда и где был использован торговый автомат

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

322 Основная цель склад - магазинов

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

323 Классификация розничной торговли по принадлежности магазина

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

324 Что означает формула Д-Т

- Доведение товаров от торговых предприятий к потребителям
- Отражает потребление, обмен и распределение
- Обмен и потребление распределяет
- Доведение товаров от производителя к потребителю
- Переход товаров из производственных предприятий к торговым предприятиям

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

326 Что относится к транспортным документам

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

327 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
- 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,

328 Что такое дочерние общества

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

329 Что относится к бесплатным услугам, оказываемыми магазинами

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

330 Продаже товаров с открытой выкладкой

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

331 Продажа товаров по образцам

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

332 Продажа товаров по методу самообслуживания

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

333 Каким методом осуществляется продажа в магазине-складе?

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

334 Что такое аукционные торги

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

335 Что такое аукцион

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

336 Причинами выхода компаний на международные рынки является:

- разнообразие процесса разработки товара

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

337 Что такое биржи

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

338 Когда принят закон Азербайджанской Республики О тендере

- 2002
- 1997
- 1995
- 2004
- 2000

339 По номенклатуре, на какие виды делятся товарные биржи?

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

340 К совместной предпринимательской деятельности не относится:

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

341 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;
- Способ продажи товаров с публичного торга в заранее установленное время и назначенном месте;
- Вид рыночной торговли;
- Аукционы проводимые по инициативе владельцев товаров, с целью наиболее выгодной их продажи
- Способ закупки товаров, размещения заказов и выдачи подрядов, предполагающий привлечение нескольких поставщиков, и заключение контракта с тем из них, предложение которого наиболее выгодно;

342 Цель присвоения товарам штриховой кодировки заключается в:

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

343 Что такое реклама

- Неличное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность, которые не оплачиваются определенным спонсором;

- Создание и сохранение имиджа фирмы
- Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью продажи;
- 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, а также идеи нужд и запросов потребителей

344 Какие средства входят в маркетинговую коммуникацию

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

345 Особенности закрытых торгов

- Негласные способы 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

346 Сколько этапов проведение аукционов?

- 8
- 4
- 2
- 3
- 7

347 Какая из указанных ниже цен считается мировой ценой зерна:

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

348 Согласно аукцион

- 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;
- Вид рыночной торговли;
- Аукционы с целью продажи конфискованных, невостребованных и неоплаченных товаров;

349 Что такое добровольные аукционы

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

350 Что такое принудительные аукционы

- Аукционы проводимые по инициативе владельцев товаров, с целью наиболее выгодной их продажи;

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

351 Органы управления биржей

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

352 Недостатком стратегии единого корпоративного наименования марки является:

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

353 Преимуществом единого корпоративного наименования марки является:

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

354 Диверсификация по одинаковым признакам - это:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

361 Особенности открытых торгов

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

362 Виды биржевых сделок

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

363 Какие виды сделок могут заключаться на биржах?

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

- сделки по услугам

364 Понятие тендер

- Способ продажи товаров с публичного торга в заранее установленное время и назначенном месте;
- Особая форма выдачи заказов, предполагает привлечение предложений от нескольких поставщиков с целью обеспечения наиболее выгодных коммерческих торгов;
- Аукционы проводимые по инициативе владельцев товаров, с целью наиболее выгодной их продажи.
- Аукционы с целью продажи конфискованных, невостребованных неоплаченных товаров;
- Вид рыночной торговли;

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

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

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

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

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

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

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

- 3
- 6
- 4
- 7
- 5

369 На какой стадии жизненного цикла товара используется информативная реклама:

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

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

- для стадии упадка
- для стадии выхода на рынок
- для стадии роста

- для стадии возрождения
- для стадии стабильности (зрелости)

371 Как классифицируются товары в зависимости от способа производства?

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

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

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

373 Прямой канал маркетинга соответствует

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

374 Основные понятия экспортно-импортных операций

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

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

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

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

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

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

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

378 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
- дифференцированному маркетингу
- недифференцированному маркетингу
- прямому маркетингу
- активному маркетингу

379 Цель разработки товарной политики маркетинга состоит в:

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

380 Когда принят закон Азербайджанской Республики О рекламе

- 2002
- 1995
- 1999
- 2004
- 1997

381 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
- дифференцированному маркетингу
- концентрированный маркетинг
- маркетинг товаров
- пробный маркетинг

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

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

383 Основные черты присущие торговой рекламе

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

384 Перечислить организационные формы персональных продаж

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

385 Основные черты системы стимулирования сбыта

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

386 Какие основные составляющие имеет структура торгового маркетинга?

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

387 Какие средства распространения рекламы предпочтительнее использовать при рекламировании оборудования:

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

388 Внимание потребителя в рекламных сообщениях уделяется:

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

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

- вывеска
- клише
- логотип
- жалон
- бокс

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

- модель распространения
- выборка
- ниша
- адресный каталог

- бесполезная аудитория

391 Оценка доходности банка осуществляется на основе:

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

392 Важнейшей экономической целью деятельности банка является удовлетворение интересов:

- посредников
 кредиторов
 собственников
 клиентов
 партнеров

393 Методы управления активами раскрываются в теории:

- управления доходами
 управления ликвидностью
 коммерческих ссуд
 перемещения активов
 ожидаемого дохода

394 Утверждение соответствующее современной концепции маркетинга:

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

395 Банк успешно может функционировать, имея информацию:

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

396 Факторами микросреды функционирования банка являются:

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

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

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

398 Принципами маркетинга являются:

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

399 Банковский маркетинг не изучает:

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

400 Маркетинг начинается с:

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

401 Основная цель маркетинга банка - это:

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

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

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

403 Цель связей с общественностью заключается в:

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

404 Реклама - это:

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

405 Какие признаки относятся к торговому рекламе ?

- Целенаправленность
- Все вышеуказанные ответы верные

- Благопристойность и честность
- Правдивость
- Конкретность

406 Как называется средство паблик рилейшиз, заключающееся в представлении нового товара на новом рынке?

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

407 Что является одним из центральных элементов рекламной коммуникации?

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

408 Какие виды заголовков применяются в печатной рекламе?

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

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

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

410 Для чего должен рекламный макет отличаться высокой интенсивностью?

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

411 По уровню цен розничная торговая сеть классифицируется:

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

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

- за счёт совершенствования потребительских свойств товара и концентрации деятельности на субсегментах
- за счёт совершенствования потребительских свойств товара и дифференциации производимых товаров

- за счёт вложения дополнительных инвестиций и усиления материально-технической базы производства
- за счёт снижения издержек, затраченных на товар
- за счёт вложения дополнительных инвестиций и совершенствования производственных технологий

413 По условиям поставки Франко-завод в контрактную цену входит

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

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

- 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 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 отправления
- стоимость товара, расходы, связанные с перевозкой товара до порта отправления и его погрузкой на судно

415 По условиям CIF-поставки в контрактную цену входит:

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

416 Какие из нижеперечисленных не относятся целям внешнеполитической политики?

- Целенаправленное построение структуры экономики страны и изменение его в соответствии с новыми международными проблемами
- Интересы внешней политики страны стоят выше экономической безопасности
- Выбор, разработка способов присоединения страны к международному разделению труда
- 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

417 Протекционизм – это:

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

418 Когда возникла внешняя торговля?

- В конце IV тыс. до н.э.
- В эпоху рабовладельческого строя
- В I тыс. до н.э.
- В эпоху феодализма
- Во II тыс. до н.э.

419 В каких случаях применяются специальные пошлины

- Тарифные барьеры затрагивающих интересы Азерб. Республики

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

420 Что представляет собой квота?

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

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

- Целенаправленное построение структуры национальной экономики и ее перестраивание в соответствии с возникающими международными проблемами
- Выбор и разработка способов включения страны в систему международного разделения труда
- Предпочтение внешнеторговым интересам во вред экономической безопасности страны
- 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

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

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

423 Диверсификация по различным признакам - это:

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

424 Диверсификация по схожим признакам - это:

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

425 Конкурентоспособность товара - это:

- способность товара обладать более высоким качеством
- увеличение объёмов сбыта и доли рынка в конкретном отрезке времени и в конкретном регионе

- наличие товара наивысшего качества в конкретном месте и в конкретный отрезок времени
- способность товара самореализовываться 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

426 Мировая цена – это:

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

427 Транснациональная корпорация – это:

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

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

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

429 Что такое таможенная пошлина

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

430 Что такое таможенных тариф

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

431 Прямое инвестирование - это:

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

432 Прямой экспорт - это:

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

433 Косвенный экспорт - это:

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

434 На каких принципах строится таможенное право

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

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

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

436 Что такое экспорт

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

437 Что такое импорт

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

438 С какого года существует реклама в желтых страницах?

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

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

- Печатная реклама, аудиовизуальная, радио и телереклама, наружная

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

440 Что такое фирменный лозунг (слоган)

- Набор цветowych , графических, словесных и дизайнерских элементов
- 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,

441 Что такое фирменный блок

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

442 Что такое шрифтовая надпись (логотип)

- Набор цветowych элементов , обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров.
- 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;

443 Какие элементы включает система фирменного стиля

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

444 Что такое фирменный стиль

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

445 Реклама в отличие от стимулирования сбыта

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

446 Преимуществом распространения рекламы по телевидению является

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

447 Цель рекламной кампании заключается в:

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

448 При какой форме спроса использование рекламы предприятием считается неэффективным:

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

449 Маркетинг-микс (комплекс маркетинга) включает в себя

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

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

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

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

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

452 Какие преимущества дает фирменный стиль его владельцу

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

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

- специальные издания
- радио
- телевидение
- брошюры
- газеты

454 Как называется движение в защиту интересов потребителей?

- анперефиле
- дискламацию
- коллаж
- консьюмеризм
- биеннале

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

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

456 Сколько признаков наборных шрифтов выделил Т.Кенинг?

- три
- четыре
- шесть
- пять
- семь

457 Какая рекламная атрибутика является визуальной карточкой предприятия?

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

458 Классификация рекламных средств

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

459 Что такое товарный знак

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

460 Что представляет собой личная персональная продажа

- Создание и сохранение имиджа фирмы.

- Неличностное стимулирование спроса посредством публикаций или благоприятных презентаций на радио, телевидении
- Форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг, а также идеи на нужд и запросов потребителей;
- Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью продажи
- Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с целью продажи;

461 Что такое стимулирование сбыта

- Создание и сохранение имиджа фирмы
- Неличностное стимулирование спроса посредством публикаций или благоприятных презентаций на радио, телевидении
- 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;

462 Что представляет собой коммерческая пропаганда

- Создание и сохранение имиджа фирмы.
- 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 на товар, услугу или деятельность посредством публикаций или благоприятных презентаций на радио, телевидении, которые не оплачиваются определенным спонсором;
- Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с покупателями с целью продажи;

463 Средства воздействия коммуникативной политики состоят из:

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

464 Конкуренция между различными видами одноименной продукции - это:

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

465 Что из перечисленных не относится к маркетинговой деятельности

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

466 Реальный товар - это:

- товары, отличающиеся от других товаров своими свойствами
- товары, удовлетворяющие потребности потребителя или позволяющие решить его проблемы
- оригинальный товар
- товар по замыслу, обладающий конкретными параметрами и характеристиками
- все материальные блага, выведенные на рынок

467 Товар как категория маркетинга - это

- все материальные блага, дарованные природой
- все материальные блага, созданные человеческим трудом и дары природы, способные удовлетворять потребности
- все материальные блага, производимые на предприятии и созданные человеческим трудом
- все материальные блага, созданные человеческим трудом
- всё, что производится на предприятии

468 Потенциальная ёмкость рынка - это:

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

469 Какая форма конкуренции соответствует рынку производителей

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

470 На рынке производителей

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

471 На рынке потребителей:

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

472 Контактные аудитории - это:

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

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

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

474 Основные составляющие фирменного стиля торгового предприятия:

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

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

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

476 Что означает Франчайзинг

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

477 В международной практике используются виды аренды оборудования: хайринг, рентинг и лизинг. Что соответственно они представляют?

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

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

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

479 Сущность факторинга

- Вид лизинга при котором лизингодатель закупает на свой страх и риск имущество
- 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
- Покупка требований по товарным поставкам факторинг-фирмой
- При котором продавец (поставщик) предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель

480 Что такое оперативный лизинг

- При котором продавец (поставщик) предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель
- Долгосрочный лизинг, среднесрочный лизинг, краткосрочный лизинг
- Внутренний лизинг, международный 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

481 Что такое возвратный лизинг

- Долгосрочный лизинг, среднесрочный лизинг, краткосрочный 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
- При котором продавец (поставщик) предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель
- Внутренний лизинг, международный лизинг

482 Что такое финансовый лизинг

- Долгосрочный лизинг, среднесрочный лизинг, краткосрочный 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
- Лизингодатель обязуется приобрести в собственность имущество и передать лизингополучателю данное имущество в качестве предмета лизинга за определенную плату
- Внутренний лизинг, международный лизинг

483 Основные подгруппы франшизинга

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

484 Что такое факторинг-фирма

- Вид лизинга при котором лизингодатель закупает на свой страх и риск имущество и передает его лизингополучателю
- Вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга
- Покупка требований по товарным поставкам факторинг-фирмой
- 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

485 Основные положения договора лизинга

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

486 Типы лизинга в зависимости от срока

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

487 Основные формы лизинга

- Долгосрочный, среднесрочный, краткосрочный, оперативный, возвратный

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

488 Сторонами по договору лизинга называются

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

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

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

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

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

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

- инжиниринг;
- лизинг;
- внешняя торговля;
- среди вышеуказанных правильного ответа нет
- международная торговая сделка.

492 Оффшорные зоны имеют специфические особенности, которые заключаются в:

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

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

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

494 Оффшорные фирмы в международной практике выполняют следующие функции:

- правовые;
- среди вышеуказанных правильного ответа нет
- валютные;

- рисковые;
- банковские.

495 Правовой статус оффшорной компании определяется:

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

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

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

497 Термин оффшорные зоны означает:

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

498 Когда принят закон Азербайджанской Республики О лизинге

- 2000
- 1996
- 1994
- 1998
- 2002

499 Что входит в состав основных форм лизинга?

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

500 Стороны, участвующие в лизинговой сделке

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

501 Что входит в число основных финансовых документов коммерческого предприятия

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

502 Что такое деловой франчайзинг

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

503 Что означает термин франшиза

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

504 Что такое производственный франчайзинг

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

505 Перечислить основные виды франчайзинга

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

506 Какие предприятия используют стратегию роста бизнес-портфеля:

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

507 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, 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, функциональная структура управления, товарная структура управления, региональная структура управления и рыночная структура управления

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

- метод ценообразования, основанный на рентабельности инвестиций

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

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

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

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

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

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

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

512 К пассивным операциям коммерческих банков относятся:

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

513 Собственный капитал выполняет следующие функции:

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

514 Какие предприятия используют стратегию жатвы бизнес-портфеля:

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

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

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

516 Какие предприятия используют стратегию развития бизнес-портфеля:

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

517 В точке безубыточности:

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

518 Чем занимается отдел координации закупок и продаж коммерческих служб

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

519 Каким предприятиям целесообразно использование региональной структуры управления

- предприятиям, выпускающими товары широкого ассортимента со специфическими особенностями и основанными на децентрализованном принципе управления
- все вышеперечисленные ответы одновременно верны
- 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 с ограниченным ассортиментом и рынками деятельности

520 Каким предприятиям целесообразно использование товарной структуры управления

- предприятиям с ограниченным ассортиментом и рынками деятельности
- 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
- все вышеперечисленные ответы одновременно верны
- предприятиям, выпускающими товары широкого ассортимента со специфическими особенностями и основанными на децентрализованном принципе управления

521 Каким предприятиям целесообразно использование функциональной структуры управления:

- все вышеперечисленные ответы одновременно верны
- предприятиям с ограниченным ассортиментом и рынками деятельности
- предприятиям, выпускающими товары широкого ассортимента со специфическими особенностями и основанными на децентрализованном принципе управления

- предприятиям, потребители которого отличаются друг от друга при выборе товара и поведением, товары которого требуют оказания специфических услуг
- предприятиям, продающим продукцию в различных странах и регионах мира

522 Какие подходы используются при организации управления маркетингом:

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

523 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
- 2400 манат
- 3000 манат
- 3200 манат
- 2800 манат

524 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:

- 1600 манат
- 1800 манат
- 2000 манат
- 1900 манат
- 1700 манат

525 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:

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

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

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

527 Согласно маркетинговой концепции предприятие может получить максимальную прибыль за счёт

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

528 Что входит в обязанности оперативных коммерческих работников коммерческих служб

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

529 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:

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

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

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

531 В квадранте Дойные коровы матрицы Бостон Консалтинг Груп темп роста-доля рынка :

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

532 В квадранте Проблемные (трудные) дети матрицы Бостон Консалтинг Груп темп роста-доля рынка

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

533 В квадранте Звёзды матрицы Бостон Консалтинг Груп темп роста-доля рынка :

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

534 На каких признаках основывается анализ бизнес-портфеля в модели, разработанной Бостон Консалтинг Груп

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

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

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

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

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

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

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

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

538 Банки как финансовые посредники :

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

539 Банки, как контактные аудиторы, входящие в финансовые круги :

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

540 Основные разделы бизнес-плана

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

541 Что входит в состав франчайзинга?

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

- косметические и медицинские услуги

542 Что входит в расходы франчайзинга

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

543 Что является источником дохода франчайзинга

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

544 Товарный франчайзинг и его отличие от оптовой торговли

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

545 К социальным услугам относится:

- Страховые
- Образовательные
- Инжиниринговые
- Банковские
- Ресторанные

546 Услугам свойственна:

- Возможность перепродажи
- Неосвязаемость
- Складируемость
- Сохраняемость
- Определенность качества

547 В настоящее время сфера услуг не играет роли:

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

548 К числу причин, обуславливающих стремительное развитие сферы услуг в современных условиях, неотносятся:

- Изменения, происходящие в самом материальном производстве
- Состояние классовой борьбы

- Изменениями связанными в национальной экономике
- Глобализация экономики
- Изменения, связанные с домохозяйствами

549 Первичный сектор экономики характеризуется:

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

550 К какому сектору экономики относится сфера услуг?

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

551 Ко вторичному сектору экономики относится :

- Сельское хозяйство
- Обрабатывающая промышленность
- Лесное хозяйство
- Сфера услуг
- Добывающая промышленность

552 Д.Белл предложил модель экономики:

- Трехсекторную
- Четырехсекторную
- Двухсекторную
- Двухполюсную
- Пятисекторную

553 Добывающие отрасли экономики относятся:

- К первичному сектору
- К субъект-субъектному полюсу
- К пятиричному
- К третичному
- Ко вторичному

554 Границы сферы услуг:

- Четко не установлены
- Неизменны
- Изменяются
- Официально зафиксированы
- Сужаются

555 Пятисекторная модель экономики была предложена:

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

556 Кто из участников рекламной деятельности инициирует рекламный процесс:

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

557 Заказчиком рекламы является:

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

558 По ширине охвата аудитории выделяется реклама:

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

559 Распространение политики ценовой дискриминации свидетельствует:

- О снижении качества услуг
- Несвязано со степенью развития рынка услуг
- О неразвитости рыночных отношений
- О достаточно высокой степени развития рынка услуг
- О повышении качества услуг

560 В процесс товароснабжения включается?

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

561 Товароснабжение представляет собой?

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

562 За счет правильного выбора транспорта можно ли рационализировать процесс товародвижения

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

563 Товарный отчет представляет собой? (Зэкі: 1)

- документ, отражающий движение тары в торговом предприятии

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

564 В число целей применения аутсорсинга не входит:

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

565 Наиболее широко на рынке услуг применяется конкурентная стратегия:

- Стандартная
- Экспериментальная (пионерская)
- Виолентная (силовая)
- Коммутантная (соединительная)
- Пациентная (нишевая)

566 Региональный рынок услуг не может быть:

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

567 Какое состояние рынка характеризует ситуацию рынок потребителя :

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

568 Чисто частные блага:

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

569 Рынок услуг характеризуется:

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

570 Роль рынка услуг не состоит в том, чтобы:

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

- Стимулировать производство социальных услуг

571 Аутсорсинг предполагает решение дилеммы:

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

572 Ситуация рынок производителя приводит:

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

573 В рыночный оборот не поступают:

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

574 Для рынка услуг характерно:

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

575 Услуги начали вовлекаться в рыночный оборот:

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

576 В экономике Services в широком смысле это:

- Услуга и товар
 Услуга и материальный товар
 Обслуживание и одолжение
 Услуга и обслуживание
 Услуга и работа

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

- Никогда не изменяется
 Неприводит к новому качеству состояния человека или материального блага
 Невызывает изменение состояния человека или предмета
 Вызывает изменение состояния человека или предмета
 Постоянно изменяется

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

- Пяти критериев
- Трехкритериев
- Одного критерия
- Двухкритериев
- Четырех критериев

579 Какое из перечисленных свойств не присуще услугам?

- Неосязаемость
- Невозможность перепродажи
- Недолговечность
- Качественная определенность
- Невозможность транспортировки традиционным способом

580 Термин услуга ввел в научный оборот:

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

581 Услуги-это:

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

582 Специальные счета используются для

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

583 Текущие счета открывают 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, например филиалов
- временно свободных денежных средств на определенный срок под определенный процент

584 Расчетные счета используются организациями для

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

585 Расчетные счета предназначены для

- коммерческих учреждений и коммерческих организаций, не являющихся юридическими лицами
- 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

586 Какие виды счетов не открывают организации в коммерческих банках?

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

587 Какие виды счетов не открывают организации в коммерческих банках?

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

588 Укажите основные факторы, влияющие на размещение розничной сети

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

589 Какие из перечисленных услуг относятся к общественным услугам?

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

590 Какие из перечисленных услуг относятся к профессиональным услугам?

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

591 Что из перечисленного не относится к функциональному качеству обслуживания?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

600 Какие из перечисленных услуг основаны на обработке информации?

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

601 Какие из перечисленных услуг направлены на физические объекты?

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

602 Какие из перечисленных услуг направлены на человека?

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

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

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

604 Какой из перечисленных услуг относится к ориентированным на общество ?

- образовательные услуги;
- услуги органов государственного управления;
- услуги производственной ифраструктуры
- банковские услуги;
- парикмахерские услуги;

605 Какой из перечисленных услуг относится к общественному типу услуг ?

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

606 Какой из перечисленных услуг относится к инфраструктурному сектору услуг?

- образование.

- транспорт;
- Торговля
- наука;
- здравоохранение

607 Какая из перечисленных услуг выполняет социальную функцию ?

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

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

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

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

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

610 Размер бегущей строки не должен превышать:

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

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

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

612 Основной задачей увещательной рекламы является:

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

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

- является двигателем торговли.

06.04.2017

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