

1. Товар является новым, если:

- производитель использует современную технологию его изготовления
- производитель по-новому рекламирует товар
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ его так оценивает рынок

2. Разделение продукции на товары и услуги

- позволяет предприятиям принимать маркетинговые решения, основываясь на поведении потребителя, а не на характеристике товара
- отражает тот факт, что некоторые товары могут быть использованы дольше
- дает возможность отразить
- отражает факт, что все товары можно потрогать (осязаемы)
- ✓ говорит о способе использования потребителями товара

3. Истинная ориентация на рынок начинается с

- участников рынка
- достоинств товара
- стратегии продажи
- ✓ запросов покупателей
- структуры маркетинга

4. Определение товара согласно рыночной ориентации

- отражает назначение товара
- разделяет продукцию на товары и услуги
- отражает все четыре категории структуры маркетинга
- ✓ включает пользу, получаемую при использовании товара
- отражает физические свойства и качества

5. Дайте правильное определение торговле:

- торговля предметами потребления
- рынок средств производства
- совокупность актов купли-продажи
- ✓ форма товарного обмена, осуществляемая с помощью денег
- место реализации товаров

6. Влияет ли торговля предметами потребления на увеличение свободного времени членов общества

- если темпы товарооборота высокие, то может влиять
- торговля предметами потребления не связана со свободным временем членов общества
- ✓ торговля влияет на свободное время членов общества
- нет, не влияет
- влияет, если применяются прогрессивные формы обслуживания

7. При принятии решения о покупке потребитель проходит через определённые стадии в следующем порядке: понимание -- желание -- предпочтение

- модель AIDA
- модель оценки ожиданий
- ✓ теория слабой вовлеченности
- классическая иерархическая модель
- теория уменьшения диссонанса

8. Что такое протекционизм
- протекция возникает на определенном этапе экономического развития
  - политика уменьшения влияния рыночных сил
  - ✓ политика защиты отечественной экономики от внешних влияний, конкуренции
  - политика, отличное от свободной торговой политики
  - пропаганда, направленная на защиту отечественной экономики от иностранных инвесторов
9. Рынок товаров потребительского назначения состоит из
- ✓ покупателей, приобретающих товары для личного пользования
  - людей, приобретающих товары для личного пользования
  - все ответы верны
  - компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации
  - фирм-производителей товаров потребительского назначения
10. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается
- большое число потребителей
  - превышение спроса над предложением
  - правильного ответа нет
  - все ответы верны
  - ✓ превышение предложения над спросом
11. Как можно рассматривать торговлю с точки-зрения ее сущности
- как высшая, целенаправленная форма товарного обращения
  - как применение денежного товарного обращения в национальной
  - как совокупность национальной и внешней торговли
  - ✓ как форму денежного обращения и форму национальной экономики,
  - как сферу деятельности, создающий экономические отношения между
12. Первая стадия в процессе создания нового продукта- это?
- конструирование товара
  - все ответы верны
  - ✓ создание идеи
  - управленческий анализ
  - правильного ответа нет
13. Задачей товарной политики является
- ✓ управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью
  - производить как можно больше товаров
  - поиск потребителей, желающих приобрести товар
  - правильного ответа нет
  - все ответы верны
14. Чем отличается торговля при капитализме от предшествующих формаций?
- торговый капитал начал играть посредническую роль между потребителями
  - начал играть высшую, целенаправленную форму товарного обмена
  - ✓ торговый капитал отделился от промышленного капитала, начал играть стимулирующую его роль, исполнять функции стоимости и прибавочной стоимости
  - начал играть роль как сферы деятельности, создающий экономические отношения между самими физическими лицами
  - начал играть роль обеспечения непрерывности воспроизводства
15. Рынок товаров потребительского назначения состоит из
- компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации

- все ответы верны
- фирм-производителей товаров потребительского назначения
- ✓ покупателей, приобретающих товары для личного пользования, а также других участников рыночного процесса
- людей, приобретающих товары для личного пользования

16. Рынок товара находится в равновесном положении если?

- на рынке не существует ни избытка, ни дефицита товара
- при данной цене намерения покупателей купить данное количество товара с намерениями продавцов продать то же количество товара
- спрос и предложение находится в динамичном равновесии
- ✓ все ответы верны
- объем спроса на товар равен объему предложения

17. Рынок – это?

- совокупность актов купли – продажи
- совокупность существующих и потенциальных покупателей товара
- взаимодействие продавцов и покупателей, направленное на куплю и продажу товаров
- ✓ все ответы верны
- взаимодействие спроса и предложения

18. Что такое свободный рынок?

- на свободных рынках контрагенты вынуждены брать на себя различные обязательства по доставке товаров
- на свободных рынках спрос и предложение балансируются по характеру и уровню
- на свободных рынках один из контрагентов бывает более свободным во время заключения торговых соглашений
- ✓ во время заключения торговых соглашений между контрагентами отсутствуют всякие ограничения
- на свободных рынках контрагенты имеют различные удельные веса по различным товарам

19. Распространение политики ценовой дискриминации свидетельствует:

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

20. Какое состояние рынка характеризует ситуацию «рынок потребителя»:

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

21. Чисто частные блага:

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

22. Ситуация «рынок производителя» приводит:

- К повышению качества услуг
- К постоянному повышению качества услуг
- ✓ К потере свободы потребительского выбора
- К насыщению рынка разнообразными услугами

- К усилению конкуренции производителей услуг

23. В рыночный оборот не поступают:

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

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

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

25. Объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворений называются:

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

26. Собственный капитал выполняет следующие функции:

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

27. Товар — это:

- продукт, для потребления в подсобном хозяйстве
- вещь, обеспечивающая комфортные условия существования;
- ✓ продукт или действие, обладающее полезностью и предназначенное для продажи;
- продукт собственного производства
- продукт, для потребления в своем домашнем хозяйстве

28. Какие направления имеются в товарной политике фирмы?

- увеличение объемов продаж и стратегия маркировки
- сегментирование рынка и потребителей
- сегментирование рынка и потребителей, максимальное удовлетворение их потребностей
- формирование потребительского преимущества, ассортиментная политика
- ✓ все ответы верны

29. Какие варианты используются в товарной стратегии

- правильного ответа нет
- все ответы верны
- потребительские товары
- непродовольственные товары
- ✓ товары повседневного спроса, товары по предварительной выборке, товары специального спроса и пассивного спроса

30. Какие условия надо учитывать для подготовки и претворения в жизнь товарной политики?

- производство на перспективу, владение точной информацией о целях продажи и экспорта
- производство на перспективу
- владение информацией о рынке и его характере
- ✓ все ответы верны
- владение производственно-продажной стратегией предприятия

31. Чего нельзя делать на фазе зрелости жизненного цикла товаров?

- совершенствование сервисных услуг
- все ответы верны
- стимулировать продажу
- ✓ повышать цену
- увеличивать ассортимент товаров

32. Какие условия делают необходимым основнойю цель ценовой политики фирмы

- изучение существующих рыночных цен
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ максимизация прибыли, экономический рост, стабильность рынка и др
- изучение ценовой политик конкурентов

33. Совокупность сведений об объекте, перемещающихся в устойчивом направлении, представляет собой?

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- базу данных
- маркетинговую информационную систему
- ✓ информационный поток

34. По источникам информации исследования могут быть

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- перспективные или текущие
- поисковые, описательные или экспериментальные
- ✓ кабинетные ил полевые

35. Задачей товарной политики является

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- поиск потребителей, желающих приобрести товар
- производить как можно больше товаров
- ✓ управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью

36. Критерии оценки сегментов необходимы для

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- определения емкости рынка
- формирования предложения для сегмента
- ✓ обоснования целевого рынка

37. Позиционирование товара –это

- все ответы верны
- анализ всего комплекса рыночной политики предприятия в отношении товара
- определение потенциальных потребителей товара

- ✓ определение основных потребительских свойств товара и их сравнение с аналогичными свойствами товара-конкурента для уточнения места товара на рынке
- правильного ответа нет

38. К микросреде предприятия не относятся

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- средства массовой информации
- торговые организации
- ✓ население всей страны

39. Микросреда фирмы- это?

- силы и субъекты, на которые фирма не может влиять
- функциональные структуры предприятия
- набор свойств товара
- ✓ силы и субъекты, на которые фирма может влиять
- формальные и неформальные группы

40. Что входит в оценочные показатели рыночной инфраструктуры потребительского рынка

- коэффициент эффективности использования торговой площади
- коэффициенты фондоотдачи и фондоемкости
- потребность в предприятиях торговли и услуг
- ✓ все ответы верны
- оптимальное соотношение запасов в оптовой и розничной торговле

41. 125. Из каких подсистем состоят объекты управления в торговле

- торговые и производственные здания, торговое и технологическое оборудование, инструменты и транспортные средства
- государственные органы, специальные отраслевые органы, органы управления местной торговли
- хозяйственные связи, механизмы их регулирования, процесс реализации товаров
- ✓ предметы труда, средства труда, товарное обращение, экономические связи и отношения
- товарные, топливные, энергетические и другие ресурсы

42. Обратная связь это:

- набор откликов покупателя, возникших в результате контакта с другими покупателями;
- процесс, в ходе которого получатель придает значение символам,
- информация, которую отправитель передает получателю.
- переданным отправителем;
- ✓ часть откликов покупателей о товаре, которую они доводят до сведения производителя;

43. Как классифицируется содержание товарных ресурсов

- промышленная продукция, продукция для продажи, товарные фонды, товарные запасы
- реализованная продукция, проданная продукция, оплаченная продукция
- импортируемые товары, товары на экспорт, промышленное производство
- ✓ валовая продукция, продукция для продажи, реализованная продукция и товарные фонды
- товарные фонды, валовая продукция, товарные запасы и сельскохозяйственная продукция

44. Принцип научности предполагает:

- учет возможных погрешностей при исследовании
- соизмерение результатов исследования с затратами на их проведение
- выделение отдельных структурных элементов рынка
- изучение рыночных процессов во всей их полноте
- ✓ выявление закономерностей развития рыночных процессов на основе научных положений

45. Какие из нижеперечисленных относятся к необходимым условиям товарной политики

- сегментирование рынка
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ определение скорости оптимизации и обновления ассортимента
- продвижение товара и каналы распределения

46. Что такое коммерческие письма?

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

47. Рынок средств потребления состоит из

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

48. Понятие «Этикет»

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

49. 22. Рынок институциональных организаций состоит из:

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

50. Каких из стратегий нужно больше пользоваться с целью влияния на рынок?

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- цена, продажа и стратегия продукта
- продвижение товара, конкуренция и стратегия коммуникации
- ✓ интенсивный маркетинг, стратегия широкого влияния и выбора

51. Региональный рынок услуг не может быть:

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

52. Какой показатель чаще всего используется для измерения деловой привлекательности региона?

- Отношение темпов роста душевого валового продукта в данном регионе к средним темпам его роста в целом в интересующем данном субъекта сообществе
- Отношение темпов роста регионального валового продукта к средним темпам его роста в целом в интересующем данного субъекта сообществе
- Положение региона относительно других регионов, интересующих данного субъекта, по уровню качества жизни.
- √ Отношение рыночной доли данного региона к доле ведущего конкурента в данном сегменте рынка по конкретному товару или товарной группе
- Удовлетворение приоритетных потребностей населения региона

53. Чем определяется деловая привлекательность региона?

- Инвестиционными вложениями
- Эффективностью вывоза региональных ресурсов и использования ввозимых ресурсов внутри территории
- √ Уровнем валового регионального продукта на душу населения и его динамикой
- Соотношением уровней реального и нормативного потребления
- Развитостью конкуренции в регионе

54. В чем суть высокой степени неопределенности услуг?

- она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;
- Производителями услуг являются в основном малые и средние предприятия различного профиля. Обладая большей мобильностью, они имеют широкие возможности для гибкого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры, и они более эффективны в условиях локального рынка.
- можно сравнить только ожидаемые выгоды и полученные;
- главный фактор в обеспечении повторяемости покупки услуги;
- √ ставит покупателя в невыгодное положение, т.е. часто предоставление услуг требует особых, специальных знаний и мастерства, которые покупателю трудно оценить;

55. Какие аргументы использует маркетинг для характеристики уровня функционирования территорий?

- Потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, благоустройства
- Количество приезжающих туристов и стоимостный объем оказываемых им услуг
- Возможность самофинансирования территорий
- Потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, систем благоустройства и общего образования
- √ Состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры

56. Какие из перечисленных услуг относятся к потребительским услугам?

- услуги в торговле по закупке и сбыту товаров;
- консультационные услуги;
- услуги здравоохранения.
- лизинговые услуги;
- √ коммунальные услуги;

57. Когда принят закон Азербайджанской Республики «О рекламе»

- √ 1997.0
- 2002.0
- 2004.0
- 1995.0
- 1999.0

58. Совокупность свойств и характеристик товара или услуги, относящиеся к их способности удовлетворять существующие или предполагаемые потребности - это ... товара (услуги)

- все ответы верны
- количество
- ценность
- единство
- √ качество

59. В рамках «канала распределения» посредник

- это тот, кто покупает прямо на фабрике стимулирование сбыта
- это комивояжер
- присутствует всегда, когда владение товаром переходит из рук в руки
- присутствует только тогда, когда для продвижения товара используются несколько каналов
- ✓ стоит между производителем и конечным потребителем

60. Товары повседневного спроса характеризуются:

- распространением через сеть специальных магазинов
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ отсутствием необходимости в дополнительных консультациях с продавцом
- приобретением на большую сумму денег

61. Внешне ориентированная фирма

- разрабатывает программы адаптации к внешней среде
- организует и стимулирует сбыт своих товаров, исходя из технических возможностей
- размещает товары на соответствующих рынках
- ✓ определяет нужды покупателей и создает товары, которые их удовлетворяют
- производит товары, основываясь на использовании доступных природных ресурсов

62. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

- компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации
- правильного ответа нет
- фирм-производителей товаров потребительского назначения
- ✓ покупателей, приобретающих товары для личного пользования
- людей, приобретающих товар для продажи

63. Жизненный цикл услуги

- начинается с момента распространения услуги и поступления ее в продажу;
- начинается с фазы роста и кончается уходом с рынка.
- начинается с фазы внедрения на рынок и кончается фазой спада;
- ✓ это период с момента выхода услуги на рынок до момента ее ухода с рынка;
- начинается с фазы насыщения и кончается фазой зрелости;

64. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Услуги юридические; службы безопасности для защиты имущества и индивидуальных лиц; персональные и социальные услуги, оказываемые другими для удовлетворения потребностей индивидуальных лиц.

- услуги, основной целью которых является организация развлечений и отдыха людей.
- услуги по бронированию мест для проживания путешественников, в частности, через туристские агентства или через агентов;
- услуги, относящиеся к области выращивания садовых растений;
- услуги инженеров, обеспечивающих оценку, расчеты, исследования и составление отчетов в научно-исследовательских и технических областях;
- ✓ услуги по расследованию и наблюдению, относящиеся к безопасности физических и юридических лиц;

65. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Медицинские услуги; ветеринарные услуги; услуги в области гигиены и косметики для людей и животных; услуги в области сельского хозяйства, огородничества и лесоводства.

- услуги по бронированию мест для проживания путешественников, в частности, через туристские агентства или через агентов;
- услуги инженеров, обеспечивающих оценку, расчеты, исследования и составление отчетов в научно-исследовательских и технических областях;
- ✓ услуги, относящиеся к области выращивания садовых растений;
- услуги, которые, по существу, заключаются в передаче радио или телевизионных программ;
- услуги, основной целью которых является организация развлечений и отдыха людей.

66. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; обеспечение временного проживания.

- услуги инженеров, обеспечивающих оценку, расчеты, исследования и составление отчетов в научно-исследовательских и технических областях;
- услуги, основной целью которых является организация развлечений и отдыха людей.
- услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных;
- услуги, которые, по существу, заключаются в передаче радио или телевизионных программ;
- ✓ услуги по бронированию мест для проживания путешественников, в частности, через туристские агентства или через агентов;

67. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Научные и технологические услуги и относящиеся к ним научные исследования и разработки; услуги по промышленному анализу и научным исследованиям; разработка и усовершенствование технического и программного обеспечения компьютеров.

- услуги, основной целью которых является организация развлечений и отдыха людей.
- услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных;
- услуги по обработке, которые могут быть оказаны во время получения каких-либо веществ или изготовления предметов (за исключением строительных объектов, например услуги, относящиеся к резке формированию, полированию абразивными материалами или металлопокрытию);
- услуги, которые, по существу, заключаются в передаче радио или телевизионных программ;
- ✓ услуги инженеров, обеспечивающих оценку, расчеты, исследования и составление отчетов в научно-исследовательских и технических областях;

68. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Воспитание; обеспечение учебного процесса; развлечения; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий.

- услуги по обработке, которые могут быть оказаны во время получения каких-либо веществ или изготовления предметов (за исключением строительных объектов, например услуги, относящиеся к резке формированию, полированию абразивными материалами или металлопокрытию);
- услуги, которые, по существу, заключаются в передаче радио или телевизионных программ;
- ✓ услуги, основной целью которых является организация развлечений и отдыха людей.
- услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных;
- услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;

69. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Обработка материалов.

- услуги по упаковке товаров перед отправкой;
- услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных;
- услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;
- услуги, которые, по существу, заключаются в передаче радио или телевизионных программ.
- ✓ услуги по обработке, которые могут быть оказаны во время получения каких-либо веществ или изготовления предметов (за исключением строительных объектов, например услуги, относящиеся к резке формированию, полированию абразивными материалами или металлопокрытию).

70. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Транспортировка; упаковка и хранение товаров; организация путешествий.

- услуги посредников при совершении сделок, касающихся ценных бумаг и имущества;
- услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных;
- услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;
- ✓ услуги по упаковке товаров перед отправкой;
- услуги, которые, по существу, заключаются в передаче радио или телевизионных программ.

71. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Телекоммуникации.

- услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных;
- услуги по строительству плавучих средств;
- услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;
- услуги посредников при совершении сделок, касающихся ценных бумаг и имущества;
- ✓ услуги, которые, по существу, заключаются в передаче радио или телевизионных программ.

72. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Строительство; ремонт; установка оборудования
- медицинские услуги;
  - услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных;
  - услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;
  - ✓ услуги по строительству плавучих средств;
  - услуги посредников при совершении сделок, касающихся ценных бумаг и имущества;
73. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Страхование: финансовая деятельность; кредитно-денежные операции с недвижимостью.
- услуги по строительству плавучих средств;
  - услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных;
  - услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;
  - ✓ услуги посредников при совершении сделок, касающихся ценных бумаг и имущества;
  - медицинские услуги;
74. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба?
- услуги посредников при совершении сделок, касающихся ценных бумаг и имущества;
  - услуги по строительству плавучих средств;
  - услуги, оказываемые в связи с выдачей дорожных чеков и аккредитивов;
  - услуги инвестиционных и холдинговых компаний;
  - ✓ услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;
75. Что входит в полный комплекс торговых услуг
- Услуги связанные с покупкой товара; связанные с оказанием помощи покупателям при использовании приобретенных товаров
  - ✓ Услуги связанные с покупкой товара; связанные с оказанием помощи покупателям при использовании приобретенных товаров; связанные с созданием благоприятной обстановки для посещения магазина
  - Связанные с оказанием помощи покупателям при использовании приобретенных товаров; связанные с созданием благоприятной обстановки для посещения магазина
  - Услуги связанные с покупкой товара.
  - Услуги связанные с покупкой товара; связанные с созданием благоприятной обстановки для посещения магазина
76. Какое из определений не относится к определению услуга:
- любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо.
  - ✓ результат производственной деятельности предприятия торговли.
  - виды деятельности в процессе выполнения, которых не создается новый материально-вещественный продукт, но изменяется качество имеющегося продукта.
  - результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.
  - это экономическая деятельность, непосредственно удовлетворяющая личные потребности членов общества, домашних хозяйств, потребности разного рода, предприятий, объединений, организаций, общественные потребности или потребности общества в целом, не воплощенные в материально-вещественной форме.
77. Связана ли торговля с денежным обращением в стране:
- нет, не имеет отношения
  - ✓ да, связана
  - с денежным обращением связана оптовая торговля
  - связана, если высокие темпы развития торговли
  - в зависимости от скорости обращения товаров
78. Основные элементы рыночного механизма
- Национальный обмен товаров

- ✓ Взаимосвязь спроса, предложения и цены
- Взаимосвязь спроса и платежеспособного спроса
- Товарное предложение и денежный обмен
- Все процессы торговой деятельности

79. Как вы понимаете товарную политику предприятия

- производство высококачественной продукции
- ✓ формирование ассортимента, товарная марка, средства упаковки и сервисные услуги
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- продажа товаров затребованных рынком

80. Нельзя начинать во время фазы спада

- усиливать рекламу
- ✓ расширения рынка продаж
- развивать методы продаж товаров
- все ответы верны
- выявление новых групп потребителей

81. От чего зависит продолжение жизненного цикла товаров

- от технической сложности изделия
- ✓ все ответы верны
- от существования конкурентов
- от качества исследований по маркетингу
- от объема вложений инвестиции

82. Какие имеются типичные фазы жизненного цикла товаров

- фаза роста
- фаза зрелости и насыщения
- фаза спада
- фаза выведения товара на рынок
- ✓ все ответы верны

83. Для оценки потенциала конкретного рынка необходимо знать такие демографические показатели, как:

- структура доходов потребителей
- ✓ численность населения региона
- этап жизненного цикла семьи
- уровень образования населения
- тенденции роста населения

84. Открытые вопросы используются в тех случаях, когда

- необходимо получить оценку респондентом какого-либо события
- ✓ у аудитории не имеется четкой позиции в отношении поставленной проблемы
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- требуется разнообразная группировка респондентов

85. Какие причины могут вынудить фирму снизить цену на товары?

- неполная производственная мощность
- ✓ все ответы верны
- достижение возможного положения на рынке
- усиление рыночной конкуренции
- снижение рыночной доли под влиянием ценовой конкуренции

86. Из какого взаимного этапа (частей) состоит политика продажи?

- продвижение товаров и подготовительного этапа продажи товаров конечным производителям
- √ все ответы верны
- из этапа организации специальной деятельности по продаже
- правильного ответа нет
- из конкретного этапа организации системы физического перемещения товаров от производства к потребителю

87. Вопросы, именуемые «детектор», используется для проверки

- уровня знаний респондента о предмете исследования
- √ искренности высказываний респондента
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- правильности составления анкеты

88. В чем заключается отличие панельного опроса от других видов опроса

- √ проводится на одной и той же выборке по разными темам
- правильного ответа нет
- проводится по одной и той же теме на разных выработках
- проводится по одной и той же теме на одной и той же выработке в произвольное время
- проводится по той же теме, на той же выборке через четко определенные периоды времени

89. Методами наблюдения являются:

- проверка мусорных баков
- √ аудит розничной торговли
- лабораторный эксперимент с имитацией реального магазина
- исследование восприятия потребителей
- опрос, при котором нет непосредственного контакта с интервьюируемым

90. Что не входит в показатели эффективности на микроэкономическом уровне рыночных процессов в торговой отрасли?

- анализ розничной торговой сети в потребительском рынке
- расчет балансовым методом движения торговой сети розничного потребительского рынка
- √ расчет обобщенного показателя эффективности рыночных процессов на потребительском рынке товаров и услуг
- прогнозирование потребности на субъекты розничного потребительского рынка
- оценка показателей рыночной инфраструктуры розничного потребительского рынка

91. Понятие «уровни товаров» отражает

- наличие нескольких видов упаковки товара
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- √ позиции, с которых рассматриваются характеристики товара
- сорт товара, его качество

92. Первая стадия в процессе создания нового продукта- это?

- конструирование товара
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- √ создание идеи
- управленческий анализ

93. Как определяется коэффициент ценовой эластичности спроса?

- отношением доходов к расходам

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ отношением процентного изменения спроса на процентное изменение цены
- разницей прибыли и расходов

94. Что такое ценовая эластичность

- коэффициент ценовой эластичности спроса
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ степень влияния рыночного спроса на изменение цены
- колебание цены

95. Что такое товарное обращение

- обмен по бартеру всяких продуктов труда, предусмотренных для купли-продажи
- воспроизводство валового национального продукта
- ✓ совокупность денежного обмена всяких продуктов труда, предусмотренных для купли-продажи
- обеспечение непрерывности общественного производства после реализации потребления
- единственной фазой в процессе воспроизводства – это фаза обращения

96. В чем состоит основная цель стратегического планирования

- определение задач фирмы
- ✓ выбор фирмой более эффективных направлений и режимов деятельности
- все ответы верны
- разработки плана маркетинга
- правильного ответа нет

97. Какие управленческие субъекты рынка влияют на маркетинговую деятельность

- товар, услуга, предприниматели и потребители
- конкуренты, сервисные услуги, ресурсный потенциал и денежный капитал
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ поставщики товаров, посреднические организации, инвесторы и др

98. Какие основные типы управленческой структуры потребительского рынка

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- цена и конкуренция
- продажа, исследование, коммуникация и сервис
- ✓ функциональный, товарный, рыночный, функционально-товарный, функционально-рыночный и др

99. Что может быть объектом управления потребительского рынка

- потребители
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ товар, услуга
- конкуренты

100. Какие имеются плановые показатели

- натуральные показатели, показатель товарооборота
- количественные показатели и экономические показатели
- ✓ количественные и качественные показатели и экономико-хозяйственные показатели
- план по труду, товарооборот
- стоимостные показатели, издержки обращения

101. Товарная марка предназначена для того, чтобы

- компенсировать недостающее товару качество
- обосновать перед потребителем более высокую цену на товар
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ дифференцировать товар на рынке среди себе подобных

102. Потребность- это?

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- товар, который способен удовлетворить нужду потребителя
- нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму
- ✓ количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд

103. Что такое цена покупателя

- рыночная цена при меньшем спросе и предложении
- цена, определяемая продавцом на рынке
- фактическая рыночная цена
- ✓ фактическая рыночная цена в рынке покупателя при меньшем спросе и предложении
- цена в рынке продавца

104. Что входит в предмет покупки государства - как субъекта рынка?

- рабочая сила, земля
- ✓ товары для общественного, государственного пользования, предназначенные для национальной обороны, государственного управления, охраны общественного порядка, сохранения культурного наследия
- интеллектуальная собственность
- потребительские товары
- имущественные ценности, принадлежащие предприятиям

105. Что входит в предмет продажи домашнего хозяйства - как субъекта рынка

- услуги государственных организаций и учреждений, жилье
- ✓ труд, имущественные ценности, товары, услуги
- лицензии, интеллектуальная собственность
- имущественные ценности, принадлежащие предприятиям
- земля, природные ресурсы

106. Что входит в предмет продажи предприятия - как субъекта рынка?

- услуги государственных организаций и учреждений, жилье
- ✓ товары, услуги, имущественные ценности, принадлежащие предприятиям, интеллектуальная собственность
- труд, имущественные ценности
- земля, природные ресурсы
- лицензии

107. Какая классификация спроса по уровню его удовлетворения верна

- реализованный и отложенный спрос
- ✓ действительный и неудовлетворенный спрос
- материальный и моральный спрос
- действительный и эпизодический спрос
- действительный и платежеспособный спрос

108. Какие имеются факторные группы влияния при выборе каналов продажи?

- изучение рынков, качество продукта и конкуренция
- ✓ особенности рынка, продукта, предприятия и транспортно-заготовительные расходы
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- социально-экономические, географические и демографические факторы

109. Какие средства распространения рекламы предпочтительнее использовать при рекламировании оборудования

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

110. Преимуществом распространения рекламы по телевидению является

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

111. Какие преимущества дает фирменный стиль его владельцу

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

112. Цель рекламной кампании заключается в:

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

113. Консьюмеризм - это:

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

114. Как называется движение в защиту интересов потребителей?

- анперифиле
- дискламацию
- ✓ консьюмеризм
- биеннале
- коллаж

115. Какая рекламная атрибутика является визуальной карточкой предприятия?

- выставочные элементы
- ✓ фирменный стиль
- система оформления документов
- фирменные каталоги

- визуальный образ владельца

**116.** Классификация рекламных средств

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

**117.** Что представляет собой личная персональная продажа

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

**118.** Что такое стимулирование сбыта

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

**119.** Разработка нового товара начинается с:

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

**120.** Как классифицируются товары в зависимости от назначения?

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

**121.** На какой стадии жизненного цикла товара используется напоминающая реклама:

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

**122.** Глубина товарной номенклатуры - это:

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

**123.** Реальный товар - это:

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

124. 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

125. Что такое торговый ассортимент

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

126. Что такое производственный ассортимент

- Количество товарных групп.
- Совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных по определенному признаку;
- Номенклатура товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными организациями;
- √ Номенклатура товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными организациями;
- Совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных или сочетающихся по признаку;

127. Что такое ассортимент товаров

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

128. Система распределения “производитель-агент-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель” соответствует

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

129. Уровень канала распределения определяется

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

130. К поставщикам информации внутри предприятия относятся:

- СМИ
- исследовательские компании
- госструктуры

- ✓ бухгалтерия
- эксперты

131. Требования к рынку при позиционировании товара с использованием стратегии выборочного проникновения на рынок:

- ёмкость рынка невелика
- на рынке существует жёсткая конкуренция
- ёмкость рынка велика
- ✓ существует хорошая осведомлённость о товаре и интенсивность конкуренции незначительна
- покупатели плохо осведомлены о товаре

132. Что из нижеперечисленных, относящихся в структуру потребительского рынка, правильны

- оптовый рынок
- розничный потребительский рынок
- биржевой рынок товаров
- ✓ все ответы верны
- оптовая торговля-посреднический рынок

133. Что не входит в способы определения емкости рынка потребительского рынка

- на основе оценки по номенклатуре, цене и рекламе
- на основе объема производства и продажи
- на основе норм потребления и расходования
- ✓ на основе потребительской корзины
- на основе оценки предыдущего периода

134. Какие параметры характеризуют потребительский рынок?

- емкость рынка, рыночная доля, степень насыщения рынка
- ✓ все ответы верны
- доля отечественных и импортных товаров
- платежеспособность населения
- стабильность, структурированность, инвестиции

135. С чем связано возникновение финансового риска?

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

136. Основные элементы рыночного механизма

- ✓ взаимосвязь спроса, предложения и цены
- товарное предложение и денежный обмен
- взаимосвязь спроса и платежеспособного спроса
- все процессы торговой деятельности все процессы торговой деятельности
- национальный обмен товаров

137. Попытка создать у потребителей слишком преувеличенное представление о возможностях компании, достоинствах ее товаров и торговых марок - это ... Позиционирование

- все ответы верны
- неоднозначное
- поверхностное
- ✓ спекулятивное
- однобокое

138. Ошибочным подходом к позиционированию, при котором у потребителей создаётся путанное представление о компании, ее товарах или торговых марках является ... позиционирование
- неоднозначное
  - недоступное
  - ✓ поверхностное
  - спекулятивное
  - однобокое
139. На стадии рыночной зрелости жизненного цикла товара
- эксплуатация рыночной доли
  - конкуренция начинает насыщать рынок
  - спрос на товар превосходит предложение
  - ✓ большой необходимости в стимулировании сбыта нет
  - доходы и цены начинают снижаться
140. Сервис необходим для товаров:
- правильного ответа нет
  - только инвестиционного назначения
  - все ответы верны
  - ✓ любых технически сложных товаров
  - потребительского назначения
141. Товарная марка предназначена для того, чтобы:
- обосновать перед потребителем более высокую цену на товар
  - компенсировать недостающее товару качество
  - ✓ дифференцировать товар на рынке среди себе подобных
  - все ответы верны
  - правильного ответа нет
142. Приведение товара в соответствие с запросами покупателя — это пример
- ориентации на рынок
  - ✓ маркетинговой ориентации
  - ориентации на производство товара
  - ориентации на спрос потребителя
  - ориентации на продажу
143. Какие имеются пути расширения ассортимента?
- ✓ две пути - увеличение (рост) и расширение за счет насыщения рынка
  - все ответы верны
  - правильного ответа нет
  - три пути - увеличение (рост), обратная приемка товаров и насыщение
  - один путь - учитывая жизненный цикл товара
144. Что составляет товарную номенклатуру
- совокупность товаров, поступающие в торговые предприятия
  - товары, собранные в торговом зале
  - правильного ответа нет
  - все ответы верны
  - ✓ разнообразные товарные группы, предлагаемые торговыми предприятиями покупателям и выраженные в ассортименте
145. Что такое жизненный цикл товаров
- правильного ответа нет

- период пригодности товара
- время службы товара
- ✓ период существования товара на рынке
- все ответы верны

146. Любая фирма может воздействовать на рынок

- только рекламой
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ через модель 4P
- только товаром и ценой

147. Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам, широко распространенным и доступным по цене?

- маркетинга-взаимодействия
- совершенствование товара
- интенсификации коммерческих усилий
- ✓ совершенствования производства
- маркетинга

148. Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности- увеличение продаж за счет?

- все ответы верны
- использования интенсивных технологий производства
- удовлетворения потребностей потребителей
- ✓ стимулирования сбыта
- правильного ответа нет

149. Концепция интенсификации коммерческих усилий это

- сокращение сервисных услуг
- отыскание способов сглаживания колебания в распределении спроса
- сосредоточенность на получении прибыли
- сосредоточенность на нуждах потребителя
- ✓ сосредоточенность на психологической обработке клиента

150. Создание модификации товара на основе повышения его качества целесообразно?

- при наличии технологии, повышающей качество товара
- правильного ответа нет
- при наличии результатов маркетингового исследования
- ✓ при наличии параметров качества, улучшение которых потребитель сможет оценить как положительные изменения
- при наличии ресурсов на проведение НИОКР

151. К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы

- правильного ответа нет
- не относится к исследованиям
- полевые исследования
- ✓ кабинетные исследования
- все ответы верны

152. По значению цели исследования могут быть

- кабинетные или полевые
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ перспективные или текущие

- поисковые, описательные или экспериментальные

153. В случаях, когда необходимо обеспечить стабильность условий проведения исследования, используются такая форма наблюдения, как?

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- полевая
- с непосредственным участием исследования
- ✓ лабораторная

154. Показателями плана по труду являются:

- оборот, количество работников, фонд заработной платы, прибыль
- оптовый, розничный товарооборот
- количество работников, уровень фонда заработной платы, уровень прибыли, торговая площадь
- объем оборота, его структура, норма запасов в днях и количество работников
- ✓ производительность труда, количество работников, фонд заработной платы, подготовка кадров и повышение квалификации

155. Как характеризуется товарная структура управления потребительского рынка

- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ вице-президент по маркетингу, заведующий по отдельным товарным номенклатурам
- президент, вице-президент по маркетингу, функциональная служба, менеджер по товарным группам
- заведующий отдела маркетинга, исследование, продажа, коммуникация, сервис

156. Какова функциональная структура управления потребительского рынка

- все ответы верны
- ✓ руководитель по маркетингу, исследование, продажа, коммуникация, сервис
- вице-президент по маркетингу, заведующий по товарной номенклатуре, менеджер
- правильного ответа нет
- вице-президент по маркетингу, заведующий функциональной службой, менеджер по товарным группам

157. Каковы основные направления управленческой деятельности в потребительском рынке

- ориентация на рыночные проблемы, снижение до минимума уровня управления
- организационная культура, индивидуальная ответственность
- постоянный контроль за временем и качеством исполнения
- ✓ все ответы верны
- сочетание прав и задач, увязка управленческих решений

158. Какие имеются основные этапы формирования принципов управления потребительского рынка

- методическое обеспечение первоначальных условий создания системы принципов управления маркетинга
- учет и системизация возможных препятствий
- начальный этап формирования принципов управления
- конечный этап формирования принципов
- ✓ все ответы верны

159. Какие имеются системы принципов управления потребительского рынка

- максимизация степени удовлетворения потребности, обеспечение широкого ассортимента товаров и др
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ организационное поведение, эффективность, контроль и учет и др
- закономерности рыночного механизма, эффективная коммуникационная система

160. Какие основные функции управления потребительского рынка

- обоснование, учет, контроль
- планирование
- планирование, организация
- √ все ответы верны
- задачи, цель фирмы

161. Что такое концепция управления потребительским рынком

- процесс стратегического и тактического управления предприятием
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- √ единый системный документ, сочетающий в себе цели, принципы и функции маркетинга
- организация и управление маркетингом на предприятии в будущем

162. Что такое организационная структура управления потребительского рынка

- √ внутренняя структура организации, совокупность взаимосвязей между отделами и сотрудниками
- все ответы верны
- разработка планов и программ предприятия
- правильного ответа нет
- процесс принятия коллегиального решения в управлении предприятия

163. Что подразумевается под понятием внутренние возможности предприятия

- рациональная организация работы и управление им
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- √ материальный и интеллектуальный потенциал предприятия
- управление маркетинговых функций

164. К какому виду товара она относятся автомобили:

- товар личного потребления;
- товар массового спроса;
- товар импульсивного спроса
- товар особого спроса
- √ товар предварительного выбора;

165. На каком уровне может быть разделена система управления потребительским рынком

- стратегический уровень, тактический уровень
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- √ верхний уровень, средний уровень, основной уровень
- выбор целевого рынка, анализ рыночных возможностей

166. Периодические факторы, влияющие на рыночную конъюнктуру

- оказывают регулярное влияние в течении всего периода
- периодические факторы оказывают ежедневное влияние в течении конкретного периода
- оказывают случайное, частное, но периодическое влияние в течении конкретного периода
- √ периодические факторы оказывают постоянное влияние в течении конкретного периода
- оказывают периодическое влияние в течении конкретного периода

167. Какие принципы планирования потребительского рынка

- все ответы верны
- √ целевая ориентация, информационное обеспечение, ресурсы; стимулирование в планировании и мастерство
- аналитическое, планирование рисков, банкротство и конкуренция

- рациональность, комплексность, управление и контроль
- правильного ответа нет

168. Какие виды планирования имеются в зависимости от периода и уровня

- стратегические – краткосрочные и долгосрочные
- стратегические и долгосрочные планы
- среднесрочные и тактические планы
- ✓ стратегические, тактические и оперативные
- оперативные планы, планирование по мелким предприятиям

169. Что входит в отраслевую структуру рынка

- внутренний и внешний рынок
- рынок сырья
- рынок продовольственных товаров, рынок готовых изделий
- ✓ все ответы верны
- оптовый рынок и розничный рынок

170. Что входит в структуру стратегического исследования потребительского рынка

- исследование спроса покупателей на товары и уровня платежеспособности
- анализ перспектив развития рынка
- изучение спроса
- исследование емкости рынка
- ✓ все ответы верны

171. Что относится к функциональной структуре рынка

- финансовые рынки
- посредники рыночных сделок
- рынок продаж
- рынок закупки товаров
- ✓ все ответы верны

172. Товародвижение - это:

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

173. Какими показателями характеризуется скорость обращения товаров?

- ✓ В днях, в разгах
- По объему и структуре оборота
- В натуральном и стоимостном выражении
- Относительными и абсолютными показателями
- В натуральном выражении и днях

174. Какие виды планирования имеются в зависимости от периода и уровня?

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

175. Что подразумевается под товарными фондами?

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

176. Что из перечисленных не входит в обязанности продавца оптовой базы

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

177. Каковы основные формы товародвижения?

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

178. Канал распределения или продвижения товаров - это

- правильного ответа нет
- доведение товаров до потребителей непосредственно и с помощью посреднических каналов
- доведение товаров от производителей до потребителей с целью их продажи с помощью независимых посредников
- все ответы верны
- ✓ доведение товаров от производителей до потребителей без помощи независимых посредников

179. В основном какие функции выполняют участники товарного распределения или продвижения товаров

- правильного ответа нет
- все ответы верны
- непосредственный, распределительный и смешанный канал
- вертикальную и горизонтальную маркетинговую систему продажи
- ✓ научно-исследовательский, сбор информации, стимулирование продаж, заключение договоров и др

180. Что из перечисленных не относится к функциям продвижения товаров?

- все ответы верны
- транспортировка (доставка)
- складирование (хранение)
- ✓ проектирование новых товаров
- планирование доставки товаров до мест использования

181. В системе продвижения товаров элементам внешней среды относятся

- правильного ответа нет
- все ответы верны
- прием заказов покупателей и их оформление
- упаковка товаров и контроль за их отправкой
- ✓ фирмы, посредники, обеспечивающие перевозку грузов и их склады и торговая сеть

182. Элементами стратегического планирования предприятия являются

- корпоративные цели
- акционеры
- поведение потребителей

- ✓ возможности рынка и стратегические бизнес-подразделения компании
- оперативные планы

183. Общими критериями сегментирования для потребительских и промышленных рынков являются:

- технологический
- ситуационный
- юридический
- демографический
- ✓ поведенческий

184. Какие работы проводятся в четвертой ступени полного анализа потребительского рынка?

- частичный анализ рынка
- устанавливаются реальные тенденции и параметры на дальнейший период с учетом объема, цен и потребительских свойств продукции
- анализируется один или несколько отдельно выбранных объектов и составляется маркетинговая оценочная карта
- ✓ анализ рынка в целом
- анализ выбранного сегмента рынка по расположению или по группе продукции

185. Какие работы проводятся в третьей ступени полного анализа потребительского рынка?

- устанавливаются реальные тенденции и параметры на дальнейший период с учетом объема, цен и потребительских свойств продукции
- частичный анализ рынка
- анализ рынка в целом
- ✓ анализируется один или несколько отдельно выбранных объектов и составляется маркетинговая оценочная карта
- анализ выбранного сегмента рынка по расположению или по группе продукции

186. Какие работы проводятся во второй ступени полного анализа потребительского рынка?

- анализ рынка в целом
- устанавливаются реальные тенденции и параметры на дальнейший период с учетом объема, цен и потребительских свойств продукции
- анализируется один или несколько отдельно выбранных объектов и составляется маркетинговая оценочная карта
- ✓ анализ выбранного сегмента рынка по расположению или по группе продукции
- частичный анализ рынка

187. Какие работы проводятся в первой ступени полного анализа потребительского рынка?

- частичный анализ рынка
- устанавливаются реальные тенденции и параметры на дальнейший период с учетом объема, цен и потребительских свойств продукции
- анализируется один или несколько отдельно выбранных объектов и составляется маркетинговая оценочная карта
- ✓ анализ рынка в целом
- анализ выбранного сегмента рынка по расположению или по группе продукции

188. Во-сколько ступеней может быть проведен полный анализ потребительского рынка?

- три
- пять
- один
- два
- ✓ четыре

189. Какие факторы одновременно влияют на потребительский рынок?

- отраслевые конъюнктурные изменения
- отраслевые изменения по моде, номенклатуре, ассортименту, цене и качеству продукции
- макроэкономические факторы
- глобальные интеграционные процессы в экономике

✓ все ответы верны

190. К классу потребительских услуг относятся:

- Инженеринг
- Консалтинг
- ✓ Бытовые
- Благотворительные
- Фрахт

191. Стратегия диверсификации это:

- проникновение на новые рынки со старым товаром;
- проникновение на новые рынки с новым товаром;
- ✓ включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия
- проникновение на новые рынки сельхозтоваров
- все ответы верны

192. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда:

- все ответы верны
- человек удовлетворяет ее;
- в процессе ее удовлетворения;
- ✓ она достигает максимального уровня;
- с момента ее появления.

193. Какой этап жизненного цикла товара обычно характеризуется максимально низким ценой:

- зрелость
- выведение на рынок
- правильного ответа нет
- рост
- ✓ упадок

194. Создание новых товаров целесообразно осуществлять следующим образом:

- правильного ответа нет
- собственными усилиями
- ✓ все зависит от целей и ресурсов фирмы
- приобретать патенты
- все ответы верны

195. Создание модификации товара на основе повышения его качества целесообразно:

- ✓ при наличии технологии, повышающей качество товара
- при наличии результатов маркетингового исследования, подтверждающего положительное отношение потребителей к товару
- при наличии ресурсов на проведение НИОКР
- при наличии параметров качества, улучшение которых потребитель сможет оценить как положительные изменения
- правильного ответа нет

196. Стратегическое планирование

- обеспечивает основу, на которой строится план маркетинга
- дает возможность прогнозировать
- дает общее представление о том, насколько ориентация на производство товара соответствует плану производства в целом
- ✓ это процесс, который начинается с определения корпоративной стратегии и тактики
- использует исследования рынка для построения модели управления предприятием

197. Понятие “уровни товара” отражает:

- все ответы верны
- наличие нескольких упаковок для товара
- сорт товара, его качество
- ✓ позиции, с которых рассматриваются характеристики товара
- правильного ответа нет

**198.** Качество товара — это:

- способность товара выполнять свое функциональное назначение
- правильного ответа нет
- отсутствие у товара видимых дефектов
- все ответы верны
- ✓ набор необходимых функциональных характеристик товара, которые признаны потребителями обязательными

**199.** Задачей товарной политики является:

- производить как можно больше товаров
- поиск потребителей, желающих приобрести товар
- ✓ управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью
- все ответы верны
- правильного ответа нет

**200.** Конкурентоспособность товара проявляется:

- в низкой цене;
- в красивой упаковке
- в количестве товара
- в организации продажи
- ✓ способности быть проданным на конкурентном рынке

**201.** Качество товара — это:

- бренд товара
- символ товара
- свойство товара, установленное производителем;
- ✓ совокупность свойств и характеристик, которые придают товару способность удовлетворять потребности
- торговая марка

**202.** Ассортимент — это:

- список товаров, вывешиваемый в магазине;
- список товаров на складе магазина
- ✓ виды, подвиды, разновидности товара, отличающиеся друг от друга незначительными потребительскими свойствами;
- перечень магазинов различной специализации
- все ответы верны

**203.** Товарная марка — это:

- кодировка товара
- товарный штрих-код
- почтовый знак
- все ответы верны
- ✓ средство идентификации товара

**204.** Фирма, снижая цену товара, ставит цель:

- диверсифицировать производство
- облагодетельствовать покупателей
- упростить кассовые расчеты;
- ✓ стимулировать спрос;

- увеличить производство товара

205. Длительность долгосрочных планов ...

- 5 лет;
- 1 год;
- 2 года;
- ✓ 10 лет
- 3 года;

206. Факторы формирования спроса на услуги подразделяются на:

- социальные, демографические;
- экономические, социальные;
- экономические, социальные, политические;
- социальные, политические.
- ✓ экономические, социальные, демографические;

207. В чем суть высокой чувствительности к изменениям рыночной конъюнктуры?

Производителями услуг являются в основном малые и средние предприятия различного профиля. Обладая большей мобильностью, они имеют широкие возможности для гибкого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры, и они более эффективны в условиях локального рынка.

- эта специфика обусловлена обязательным личным контактом продавца и покупателя, что увеличивает требования к профессиональным качествам, этике и культуре производителя;
- главный фактор в обеспечении повторяемости покупки услуги.
- ставит покупателя в невыгодное положение, т.е. часто предоставление услуг требует особых, специальных знаний и мастерства, которые покупателю трудно оценить;
- ✓ она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;

208. В чем суть инерции покупателя?

Производителями услуг являются в основном малые и средние предприятия различного профиля. Обладая большей мобильностью, они имеют широкие возможности для гибкого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры, и они более эффективны в условиях локального рынка.

- ✓ главный фактор в обеспечении повторяемости покупки услуги.
- эта специфика обусловлена обязательным личным контактом продавца и покупателя, что увеличивает требования к профессиональным качествам, этике и культуре производителя;
- ставит покупателя в невыгодное положение, т.е. часто предоставление услуг требует особых, специальных знаний и мастерства, которые покупателю трудно оценить;
- она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;

209. В чем суть невозможности сравнения двух конкурирующих предложений из-за совместного процесса производства и потребления услуги?

- она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;
- Производителями услуг являются в основном малые и средние предприятия различного профиля. Обладая большей мобильностью, они имеют широкие возможности для гибкого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры, и они более эффективны в условиях локального рынка.
- эта специфика обусловлена обязательным личным контактом продавца и покупателя, что увеличивает требования к профессиональным качествам, этике и культуре производителя;
- ставит покупателя в невыгодное положение, т.е. часто предоставление услуг требует особых, специальных знаний и мастерства, которые покупателю трудно оценить;
- ✓ можно сравнить только ожидаемые выгоды и полученные;

210. По каким признакам могут объединяться товары, составляющие ассортимент

- по разнообразию характера спроса
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ по одинаковому характеру, по общему характеру самого ассортимента
- по характеру предложения

211. Что относится к товарам редкого спроса

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- товары, закупаемые населением нечасто
- товары, закупаемые населением часто, иногда каждый день
- ✓ товары длительного пользования со сроком использования более пяти лет

212. Что относится к товарам нечастого спроса

- правильного ответа нет
- все ответы верны
- товары, закупаемые населением часто, иногда каждый день
- товары длительного пользования со сроком использования более пяти лет
- ✓ товары, закупаемые населением нечасто

213. Что относится к товарам повседневного спроса

- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ товары, закупаемые населением часто, иногда каждый день
- товары длительного пользования со сроком использования более пяти лет
- товары, закупаемые населением нечасто

214. Как определяется коэффициент ценовой эластичности предложения

- отношением величины спроса на величину предложения
- умножением процентного изменения величины предложения на величину цены
- ✓ отношением изменения величины предложения (в %) на изменение цены (в
- суммой процентного изменения величины изменения предложения и величины изменения спроса
- отношением ценовой величины на величины предложения

215. Банк моделей необходим для?

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- поддержки принятия управленческих решений
- упрощенная коммуникация
- ✓ выполнение статистических расчетов

216. Что не входит в типы рынков по потребительскому назначению рынка

- все ответы верны
- рынок товаров потребительского назначения
- рынок товаров производственного назначения
- ✓ рынок отдельных производственных услуг
- рынок услуг

217. Управление спросом - это что

- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ рассмотрение способов влияния на рынок
- процесс повышения маркетинговых усилий фирмы
- управление выполнения основных задач, относящихся маркетингу

218. Что входит в количественные и оценочные показатели прогноза рынка (спрос потребительских товаров)?

- линейная функция
- многофакторное уравнение, метод Тейлора: прогнозная ошибка

- функция Торнквиста 3-го типа для предметов роскоши
- ✓ все ответы верны
- функция Торнквиста 1-го типа для продуктов питания

219. При какой форме спроса использование рекламы предприятием считается неэффективным:

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

220. Что такое эластичность спроса?

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

221. Что такое импульсный спрос

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

222. Конъюнктура рынка - это:

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

223. Среднесрочный прогноз объема продаж составляется на срок

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

224. Долгосрочный прогноз объема продаж составляется на срок

- от 2 до 4 лет
- ✓ от 5 до 10 лет
- от 1 до 5 лет
- от 1 до 2 лет
- от 1 до 3 лет

225. Спрос на товар, как категория маркетинга – это:

- потребность в товаре
- ✓ потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем
- нужда в конкретном виде продукции
- все ответы верны
- правильного ответа нет

226. На сколько групп делятся товары по частоте спроса
- на 2 группы - товары повседневного спроса, товары нечастого спроса
  - правильного ответа нет
  - ✓ на 3 группы - товары повседневного спроса, товары нечастого спроса и товары редкого спроса
  - все ответы верны
  - на 2 группы - товары нечастого спроса, товары редкого спроса
227. Чем отличается стратегия ценообразования, направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи
- величиной цены, по которой продается товар
  - правильного ответа нет
  - все ответы верны
  - ✓ длительностью действия
  - ничем не отличается
228. Спрос можно считать эластичным, если
- при изменении цены спрос не изменяется
  - спрос изменяется независимо от цены
  - все ответы верны
  - ✓ при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос
  - при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно
229. Какие имеются методы определения цены?
- методы определения цели и анализа факторов ценообразования
  - все ответы верны
  - правильного ответа нет
  - ✓ методы ценообразования, основанные на расходах, конкуренции, спрос и маркетинг
  - метод совокупных, непосредственных и фактурных расходов
230. Чему стремится фирма при определении высокой цены на товары?
- росту объемов продажи
  - все ответы верны
  - правильного ответа нет
  - ✓ получение максимальной текущей прибыли
  - борьбе за лидерство на рынке
231. Укажите ценовой рынок, формирующиеся под влиянием спроса и предложения
- все ответы верны
  - чистый монополистический рынок
  - ✓ международный рынок
  - чистый конкурентный рынок
  - олигополистский рынок
232. Чем определяется минимальная цена на товары
- емкостью товаров на рынке
  - ✓ по уровню расходов
  - по цене конкурентов
  - все ответы верны
  - по коэффициенту эластичности спроса
233. При какой конкурентной структуре рынка покупатель и продавец не могут повлиять на цену товара
- чистый конкурентный рынок
  - ✓ чистый монополистический рынок

- олигополистический рынок
- все ответы верны
- монополистическая конкуренция

234. Как определяется максимальная цена на товары

- по уровню совокупных расходов
- ✓ по количеству спроса
- по максимальным требованиям к прибыли
- все ответы верны
- по цене конкурентов на товары

235. Что такое оптовая цена

- производственная и продажная цена товаров
- ✓ цена покупки и продажи продукта предприятием
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- продажная непосредственно населению цена товара

236. Как формируются оптовые продажные цены

- совокупности розничных цен с расходами на маркетинг
- ✓ совокупность себестоимости продукции с расходами на маркетинг и ожидаемой прибыли
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- совокупность себестоимости и розничных цен

237. Как образуется розничная цена

- от объемов продажи населению
- ✓ совокупность себестоимости продукции, расходов на маркетинг и ожидаемой прибыли
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- по цене производства

238. Что означает на рынке цена производства?

- стоимость материалов и сырья
- ✓ совокупность себестоимости продукции, расходов на маркетинг и ожидаемой прибыли
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- совокупность расходов на продажу и хранение

239. Что такое цена?

- совокупность производственных, продажных и потребительских расходов товара
- ✓ денежное выражение стоимости товара]
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- доход, получаемый от продажи товаров

240. На основании каких факторов формируется динамика цен?

- внутренних и внешних факторов
- ✓ стратегических и тактических факторов
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- эластичности спроса и географического фактора

241. Какая основная стратегия ценовой стратегии

- снижение цены
- ✓ обеспечение продажи, достижение максимальной прибыли и поддержка рынка
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- получение высокой прибыли от продажи

242. Какие факторы влияют на снижение цены

- превышение спроса над предложением
- ✓ превышение предложения над спросом, стабильный уровень доходов, опасность снижения цены и др.
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- заработная плата

243. Какие имеются методы определения цены

- методы определения цели и анализа факторов ценообразования
- ✓ методы ценообразования, основанные на расходах, конкуренции, спрос и маркетинг
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- метод совокупных, непосредственных и фактурных расходов

244. Чему стремится фирма при определении высокой цены на товары?

- росту объемов продажи
- ✓ получение максимальной текущей прибыли
- все ответы верны
- борьбе за лидерство на рынке
- правильного ответа нет

245. Укажите ценовой рынок, формирующиеся под влиянием спроса и предложения

- все ответы верны
- международный рынок
- ✓ чистый конкурентный рынок
- чистый монополистический рынок
- олигополистский рынок

246. Какие имеются закономерности развития спроса

- объем спроса неуклонно расширяется и происходят качественные изменения в его инфраструктуре
- ✓ объем спроса неуклонно растет и происходят количественные и качественные изменения в его структуре
- эта закономерность отражает социально-экономическую и стабильную политическую ситуацию
- эта закономерность показывает себя в розничном товарообороте республики
- объем спроса растет и происходят количественные и качественные изменения в структуре

247. Критерии, в соответствии с которыми компании формируют отличительные особенности при позиционировании

- неоднозначность
- благотворительность
- значительность
- наглядность
- ✓ защищенность от копирования

248. Ошибочным подходом к позиционированию, при котором у потребителей создается слишком узкое представление о компании, ее товарах или торговых марках является ... позиционирование

- поверхностное

- недоступное
- спекулятивное
- ✓ однобокое
- неоднозначное

249. Ошибочным подходом к позиционированию, в результате которого компания, ее товары или торговые марки утрачивают в глазах потребителей определенную позицию является ... позиционирование

- все ответы верны
- неоднозначное
- однобокое
- ✓ поверхностное
- спекулятивное

250. Каким образом изменится объем спроса, если известно, что коэффициент эластичности равен 1, а цена увеличится на 10%?

- ✓ снизиться на 10%
- не изменится
- увеличится на 10%
- снизиться на 1%
- увеличится на 1%

251. Что входит в составной элемент рынка

- продукт, обмен, сделка
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ спрос, предложение, цена
- производство, потребление

252. Под влиянием какого экономического закона формируется уровень предложения

- закона стоимости
- закономерностей роста спроса
- закономерностей роста потребления
- закона роста предложения
- ✓ закона предложения

253. По степени доступа к информации можно выделить:

- первичные и вторичные
- ✓ открытые и закрытые
- маркетинговые и аудиторские
- качественные и эффективные
- импортные и экспортные

254. Сложность вопросов может быть препятствием для использования такого вида связи с аудиторией, как?

- ✓ телефон
- правильного ответа нет
- почта
- интервью
- все ответы верны

255. Способ связи с аудиторией, который характеризуется возможностью быстро получить информацию с небольшими затратами, это

- интернет
- все ответы верны
- правильного ответа нет

- √ телефон
- почта

256. Открытые вопросы анкеты не включают в себя

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- словесную ассоциацию
- завершение предложения
- √ семантический дифференциал

257. К поставщикам информации вне предприятия не относится:

- исследовательские компании
- СМИ
- √ бухгалтерия
- госструктуры
- контактные аудитории

258. К поставщикам информации вне предприятия относится:

- отдел планирования
- отдел маркетинга
- бухгалтерия
- √ исследовательские компании
- отдел продаж

259. Реклама в отличие от стимулирования сбыта

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

260. Цель связей с общественностью заключается в.

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

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

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

262. К поставщикам информации внутри предприятия не относится:

- отдел планирования
- бухгалтерия
- отдел маркетинга
- √ госструктуры
- отдел продаж

263. К какому уровню товара относится оказание сервисных услуг:

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

264. Контактной аудиторией для производителя являются:

- посредники
- поставщики
- клиенты
- √ СМИ
- конкуренты

265. К пользователям информации не относится:

- руководство
- директор организации
- менеджеры по продажам
- менеджеры по маркетингу
- √ СМИ

266. К пользователям информации относится:

- контактные аудитории
- СМИ
- отдел продаж
- госструктуры
- √ менеджеры по маркетингу и руководство

267. Информационное обеспечение управления – это

- сбор и накопление любой информации
- получение необходимой информации о поставщиках
- √ комплекс мер, направленных на получение людьми, принимающими решения, необходимого и достаточного объема требующей информации
- анализ полученных данных
- поиск ответа на первый из сформулированных вопросов

268. 126. Открытая (публичная) информация –

- круг пользователей сильно ограничен
- имеет значительные ограничения на использование и передачу
- имеет ограничение на использование узким кругом лиц
- √ не имеет ограничений на пользование и предоставление
- это информация для служебного пользования

269. Из каких средств и способов состоит информационная база управления потребительским рынком

- оперативное управление потребительского рынка
- цель, концепция и стратегия потребительского рынка
- контроль за потребительским рынком, анализ и оценка
- √ все ответы верны
- планирование и организация потребительского рынка

270. Какие этапы включает в себя работа с информацией?

- √ )) сбор, обработка и хранение

- сбор, анализ и передача
- анализ, передача и хранение
- анализ и обработка
- создание и обработка

271. В отличие от стратегии, тактика

- отражает суть рыночной ориентации
- предполагает этапы тактического управления
- предлагает план действий для достижения цели
- устанавливает правила и директивы, относительно которых оцениваются все действия
- ✓ определяет конкретные шаги, которые необходимо сделать

272. В чем состоят принципиальные ограничения иерархических структур?

- Не всеми необходимо и можно командовать
- Они отражают уровень менеджмента
- Трудно достичь успеха в критических ситуациях
- ✓ Невозможно гибко и полноценно использовать основной кадровый потенциал
- Невозможно добиться соответствия ответственности и прав

273. Аппарат организации, учреждения — это структура или система?

- Это и структура, и система
- ✓ Это, как правило, структура
- Неизбежно превращается из структуры в систему
- Должен быть структурой, если политику организации определяют другие руководящие лица
- Это, безусловно, система

274. Последовательно расположите порядок принятия решения о покупке туристической путевки:

- покупка, принятие решения о покупке, поиск информации;
- принятие решения о покупке, покупка.
- оценка информации, поиск информации, покупка.
- поиск информации, принятие решения о покупке, покупка.
- ✓ оценка информации; осознание потребности в покупке, поиск информации, принятие решения о покупке, покупка;

275. Каковы особенности услуг, которые существуют в единстве с товарными рынками:

- неосязаемость;
- неспособность к хранению.
- высокая концентрация, неспособность к хранению;
- высокая степень дифференциации;
- ✓ высокая оборачиваемость, высокая концентрация;

276. В чем суть неопределенности результата деятельности по оказанию услуг?

- Производителями услуг являются в основном малые и средние предприятия различного профиля. Обладая большей мобильностью, они имеют широкие возможности для гибкого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры, и они более эффективны в условиях локального рынка.
- ✓ определяется тем, что результат деятельности по оказанию услуги, подверженный во многих случаях влиянию различных качеств производителя, не может быть заранее определен с достаточной точностью, а окончательная оценка результата возможна только после потребления услуги.
- она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;
- эта специфика обусловлена обязательным личным контактом продавца и покупателя, что увеличивает требования к профессиональным качествам, этике и культуре производителя
- эта специфика обусловлена обязательным личным контактом продавца и покупателя, что увеличивает требования к профессиональным качествам, этике и культуре производителя;

277. В чем суть специфики процесса оказания услуги?

- она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;
- Производителями услуг являются в основном малые и средние предприятия различного профиля. Обладая большей мобильностью, они имеют широкие возможности для гибкого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры, и они более эффективны в условиях локального рынка.
- главный фактор в обеспечении повторяемости покупки услуги.
- эта специфика обусловлена обязательным личным контактом продавца и покупателя, что увеличивает требования к профессиональным качествам, этике и культуре производителя;
- ✓ эта специфика обусловлена обязательным личным контактом продавца и покупателя, что увеличивает требования к профессиональным качествам, этике и культуре производителя

278. В чем суть специфики организации производства услуг?

- эта специфика обусловлена обязательным личным контактом продавца и покупателя, что увеличивает требования к профессиональным качествам, этике и культуре производителя
- она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;
- главный фактор в обеспечении повторяемости покупки услуги.
- эта специфика обусловлена обязательным личным контактом продавца и покупателя, что увеличивает требования к профессиональным качествам, этике и культуре производителя;
- ✓ Производителями услуг являются в основном малые и средние предприятия различного профиля. Обладая большей мобильностью, они имеют широкие возможности для гибкого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры, и они более эффективны в условиях локального рынка.

279. Метод, используемый производителями товаров производственного назначения для оценки потенциала рынков потребительских товаров посредством выявления на каждом рынке всех потенциальных покупателей и оценки их возможных покупок

- вычисления индекса факторов сбыта
- опережающих индикаторов
- цепных подстановок
- ✓ моделирования рынка
- определения среднего значения

280. Качество товара- это?

- способность товара выполнять свое функциональное назначение
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ набор необходимых функциональных характеристик товара предназначенных для потребителей обязательными
- отсутствие у товара видимых дефектов

281. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:

- прямой маркетинг
- реклама;
- стимулирование сбыта
- ✓ обратная связь;
- все ответы верны

282. Проектно-плановый метод управления потребительским рынком предполагает:

- внимание уделяется решению проблем и вариантам их решения
- оцениваются значимость решений
- оцениваются последствия принимаемых решений
- ✓ естественные изменения внешней и внутренней среды спрогнозированы на весь планируемый период
- определяется концепция и стратегия программы и метода достижения целей

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

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

- совершенствование производства

284. Потребительская цена товара - это:

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

285. Что такое товарный знак

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

286. Кто является организатором оптового товарооборота?

- ярмарки и торги (аукционы)
- торгово-промышленные выставки
- оптовые ярмарки
- биржи (товарные)
- ✓ все ответы верны

287. Кто не включается в классификацию оптовых посредников?

- сбытовые организации промышленных компаний
- дистрибьюторы
- агенты по продаже, брокеры и маклеры, дилеры
- ✓ коммивояжеры
- консигнаторы

288. Цель упаковки товаров заключается в:

- формировании единицы груза для транспортировки товаров
- формировании единицы груза для складирования товаров
- формировании единицы груза для погрузки-выгрузки товаров
- ✓ все ответы верны
- предотвращении порчи товаров

289. Торговый знак - это:

- запатентованное марочное название
- торговая марка
- символы, используемые в торговой марке
- марочное название
- ✓ юридически защищённая марка или её часть

290. Марочная эмблема (знак) - это:

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

291. Марочное название - это:

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

292. Периодические факторы, влияющие на рыночную конъюнктуру?

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

293. Номенклатура товаров

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

294. Что не включается во третий блок принятия решений по управлению потребительским рынком?

- анализ итогов развития после управленческих воздействий
- стимулирующая функция; уточняющая функция
- ✓ диагностика положения, разработка прогноза развития положения
- функция диагностики; функция обратной связи; направляющая функция
- контроль за выполнением плана

295. Что не включается во второй блок принятия решений по управлению потребительским рынком?

- оценка экспертным путем основных вариантов управленческого воздействия
- генерация альтернативных вариантов ("мозговой штурм", метод Дельфи)
- выбор основных вариантов управленческих воздействий
- разработка сценарии развития положения
- ✓ получение информации

296. Что не включается в первый блок принятия решений по управлению потребительским рынком?

- разработка оценочной системы
- получение информации
- определение целей
- ✓ оценка основных вариантов управленческих решений путем экспертной оценки
- диагностика положения, разработка прогноза развития положения

297. Что не выполняется в первой стадии ступенчатого анализа потребительского рынка?

- тенденции
- все ответы верны
- все характеристики рынка определяются в статике и в динамике
- качественные и потребительские свойства
- ✓ реальная емкость рынка, потенциальная емкость объем рынка, оценочная маркетинговая карта фирмы

298. Какие имеются формы и продвижения или обеспечения товаров?

- продвижение товаров в централизованном и децентрализованном порядке

- все ответы верны
- ✓ складская и транзитная форма
- правильного ответа нет
- продажа товаров через розничную и оптовую торговлю

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

- построение графиков
- Программно-целевое планирование
- вариационный анализ
- ✓ ) регрессионный анализ
- системный анализ

300. Какие имеются формы товародвижения?

- наличные, безналичные расчеты
- внутрисистемные и межрегиональные
- безналичные расчеты и складской
- ✓ складской и транзитный
- внутрисистемный, складской

301. Определение уровня издержек обращения

- $U_{ио} = \text{сумма издержек обращения} \times 100 / \text{прибыль}$
- $U_{ио} = \text{сумма издержек обращения} \times 100 / \text{основной капитал}$
- $U_{ио} = \text{товарооборот} \times 100 / \text{сумма издержек обращения}$
- ✓  $U_{ио} = \text{сумма издержек обращения} \times 100 / \text{товарооборот}$
- $U_{ио} = \text{прибыль} \times 100 / \text{товарооборот}$

302. Что понимается под выражением независимые посреднические организации в продвижении товара?

- оптовые и розничные торговые предприятия-посредники не покупающие товар
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ самостоятельные организации-посредники с правом дальнейшей продажи товаров потребителям
- посредник, не имеющий права собственности на товар и довольствующий получаемой премией за выполненную работу

303. Что такое рынок спроса

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

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

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

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

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

**306.** Что из перечисленного относится к компоненту ценности услуги-внутренние присущие признаки?

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

**307.** Что из перечисленного относится к компоненту ценности услуги-внешние признаки?

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

**308.** Что из перечисленного относится к компоненту ценности услуги-не денежная цена?

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

**309.** Какие из перечисленных услуг направлены на сознание человека?

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

**310.** Какие из перечисленных услуг направлены на физические объекты?

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

**311.** Какой из перечисленных услуг относится к услугам личного характера ?

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

**312.** Какой из перечисленных услуг относится к ориентированным на домашнее хозяйство ?

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

**313.** Какой из перечисленных услуг относится к ориентированным на общество ?

- образовательные услуги;

- парикмахерские услуги;
- услуги производственной инфраструктуры
- банковские услуги;
- ✓ услуги органов государственного управления;

**314.** Какой из перечисленных услуг относится к ориентированным на производство ?

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

**315.** Какой из перечисленных услуг относится к общественному типу услуг ?

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

**316.** Какой из перечисленных услуг относится к потребительскому типу услуг ?

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

**317.** Какой из перечисленных услуг относится к распределительному типу услуг ?

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

**318.** Какой из перечисленных услуг относится к производственному типу услуг ?

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

**319.** 672. Какой из перечисленных услуг относится к распределительно обменно сектору услуг ?

- наука;
- ✓ Торговля
- здравоохранение
- образование.
- транспорт;

**320.** Какой из перечисленных услуг относится к инфраструктурному сектору услуг?

- Торговля
- ✓ транспорт;
- здравоохранение
- образование.
- наука;

321. Какой из перечисленных услуг участвует в производстве нематериальных услуг?

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

322. Какой из перечисленных услуг участвует в производстве материальных услуг?

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

323. Какая из перечисленных услуг выполняет социальную функцию ?

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

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

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

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

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

326. В число целей применения аутсорсинга не входит:

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

327. Наиболее широко на рынке услуг применяется конкурентная стратегия:

- Пациентная (нишевая)
- Виолентная (силовая)
- Эксплерентная (пионерская)
- √ Коммутантная(соединительная)
- Стандартная

328. Некоммерческим организациям как субъекту рынка услуг:

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

**329.** Рынок услуг характеризуется:

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

**330.** Одной из особенностей рынка услуг является:

- Низкая скорость оборота капитала
- √ Важная роль неценовых барьеров входа на указанный рынок
- Слабой сегментированностью
- Роль ценовых барьеров
- Низкий уровень адаптивности

**331.** Роль рынка услуг не состоит в том, чтобы:

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

**332.** Аутсорсинг предполагает решение дилеммы:

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

**333.** Для рынка услуг характерно:

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

**334.** Услуги начали вовлекаться в рыночный оборот:

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

**335.** В экономике Service в широком смысле это:

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

- Услуга и работа

**336.** Классификация услуг не предусматривает такую цель, как:

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

**337.** Назовите правильную последовательность жизненного цикла товара:

- спад, внедрение, зрелость, рост,
- внедрение, спад, зрелость, рост
- внедрение, зрелость, рост, спад;
- рост, зрелость, выведение, спад;
- ✓ внедрение, рост, зрелость, спад;

**338.** К услугам более применимы следующие средства стимулирования:

- пропаганда;
- ✓ реклама;
- личная продажа.
- директ-мейл
- стимулирование сбыта;

**339.** Несохранимость услуги является проблемой для фирм сферы услуг в условиях:

- постоянного спроса;
- ✓ колебания спроса на услуги;
- равновесия между спросом и предложением на услуги.
- всеобщего равновесия на рынке
- колебания предложения услуг;

**340.** Особые товары покупают, основываясь на

- известности товара
- цене
- доступности
- ✓ свойствах товара
- престижности

**341.** Осуществление сервиса связано:

- с высокой ценой товара
- ✓ с подкреплением товара
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- со стимулированием сбыта

**342.** К пассивным операциям коммерческих банков относятся:

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

**343.** На формирование рынка образовательных услуг влияют:

- мотивация родителей
- √ потребности муниципального образования, субъекта федерации в специалистах определенного профиля
- повышение компетентности работников сферы образования
- наличие обоснованной системы образования
- влияние корпоративной культуры организаций, которые позволяют иметь высокие доходы

**344.** Цели ценообразования

- основываются на желаемой «доле в общем рынке»
- √ служат основанием при определении цен на товары
- являются руководящим принципом определения целей корпорации
- основываются на привлечении потенциальных покупателей
- основываются на ожидаемых прибылях

**345.** Одним из основных направлений развития туризма в мире в период до 2020 г. является:

- деловой туризм;
- √ экологический туризм;
- религиозный туризм.
- сельский туризм.
- космический туризм;

**346.** Назовите виды сервисных услуг:

- послепродажные, гарантийные;
- √ предпродажные, послепродажные;
- гарантийные, коммерческие;
- оперативный, финансовый.
- гарантийные, предпродажные;

**347.** Назовите виды лизинга:

- финансовый, коммерческий;
- √ оперативный, возвратный, финансовый;
- коммерческий, возвратный;
- коммерческий, возвратный, гарантированный.
- возвратный, торговый;

**348.** Назовите участников лизинговой сделки:

- лизингодатель, лизингополучатель;
- √ владелец имущества, лизингодатель, лизингополучатель;
- независимый посредник, владелец имущества;
- владелец имущества, лизингодатель.
- лизингополучатель, посредник;

**349.** Назовите виды лизинговых услуг:

- приобретение клиентом оборудования и передача его на условиях платности и срочности, оказание услуг по ремонту приобретенного оборудования; условиях платности и срочности, реализация промышленного оборудования через механизм финансового лизинга; оказание консультационных услуг
- √ приобретение клиентом оборудования и передача его на
- оказание консультационных и финансовых услуг;
- оказание услуг по ремонту приобретенного оборудования, финансовых и консультационных услуг
- оказание услуг по ремонту приобретенного оборудования;

**350.** Что из перечисленного не является банковской услугой:

- не могут быть произведены про запас,
- √ реклама банка,

- объектом банковских услуг выступает капитал,
- охватывают активные и пассивные операции,
- носят производительный характер,

**351.** Типы банковских услуг:

- стратегические,долгосрочные;
- ✓ стратегические,текущие,оперативные,специальные
- долгосрочные,специальные,краткосрочные;
- специальные,стратегические,краткосрочные.
- текущие,краткосрочные,долгосрочные;

**352.** По видам деятельности услуги классифицируются:

- оперативно-коммерческие,производственные;
- ✓ на производственно-коммерческие,информационно-коммерческие.
- таможенные,торговые;
- оперативные,производственные.
- информационно-коммерческие,текущие;

**353.** По направлениям деятельности услуги классифицируются:

- информационно-коммерческие.
- оперативно-коммерческие;
- ✓ на финансовые,торговые;
- торговые,производственные
- бухгалтерские;

**354.** По содержанию коммерческо-посреднические услуги можно классифицировать:

- таможенные,бухгалтерские;
- ✓ по изучению спроса,посреднические,по реализации и приобретениюпродукции;
- на посреднические,таможенные
- оперативно коммерческие,таможенные.
- по реализации и приобретению продукции,таможенные

**355.** Элементы системы маркетинговых коммуникаций в сфере услуг — это:

- косвенный маркетинг,реклама;
- посредничество,косвенный маркетинг.
- реклама,изучение спроса;
- ✓ прямой маркетинг,пабликрилешнз,реклама;
- паблик-рилейшнз,маркетинговые исследования;

**356.** В сфере услуг, как и на товарном рынке, различают конкуренцию:

- специальную,профессиональную;
- профессиональную,косвенную;
- функциональную,специальную.
- маркетинговую,профессиональную;
- ✓ функциональную;маркетинговую;

**357.** Жизненный цикл товара — это:

- кругооборот товара;
- время товарооборачиваемости
- время обращения товара
- ✓ время от выхода товара на рынок до его ухода с рынка
- время годности товара

358. Оптовые торговые предприятия — это:

- крупные магазины, продающие товар населению;
- все ответы верны
- профессиональные перевозчики товаров
- ✓ торговые посредники, занимающиеся куплей-продажей крупных партий товаров;
- сеть складских помещений

359. Сущность жизненного цикла услуги фазы спада.

- Происходит признание услуги потребителем и быстрое увеличение спроса на нее. Охват рынка увеличивается. Информация о новой услуге передается новым потребителям;  
Характеризуется тем, что большинство потребителей уже опробовало услугу. Услуга переходит в разряд традиционных.
- Увеличивается качество услуги. Совершенствуется сервис. Достигается максимум объема продаж. Прибыль растет медленно, обостряется конкуренция;
- Цена сильно снижается, при этом рост продаж прекращается. Охват рынка очень высок. На этом этапе высока вероятность повторного технологи-ческого совершенствования услуги и технологии.  
Это фаза является периодом резкого снижения продаж и прибыли. Сбыт может упасть до нуля или оставаться на очень низком уровне. Основная причина: появление новой, более совершенной услуги или изменение предпочтений потребителей. Многие фирмы уходят с рынка. Вложения в стимулирование сбыта уменьшаются или совсем прекращаются. Потребители теряют интерес к услуге. Основная масса потребителей – консерваторы с низкой платежеспособностью;
- ✓ Зарождение идеи создания определенной услуги и выдвижения ее на рынок;

360. Сущность жизненного цикла услуги фазы насыщения.

- ✓ Цена сильно снижается, при этом рост продаж прекращается. Охват рынка очень высок. На этом этапе высока вероятность повторного технологи-ческого совершенствования услуги и технологии.
- Происходит признание услуги потребителем и быстрое увеличение спроса на нее. Охват рынка увеличивается. Информация о новой услуге передается новым потребителям;  
Это фаза является периодом резкого снижения продаж и прибыли. Сбыт может упасть до нуля или оставаться на очень низком уровне. Основная причина: появление новой, более совершенной услуги или изменение предпочтений потребителей. Многие фирмы уходят с рынка. Вложения в стимулирование сбыта уменьшаются или совсем прекращаются. Потребители теряют интерес к услуге. Основная масса потребителей – консерваторы с низкой платежеспособностью;
- Характеризуется тем, что большинство потребителей уже опробовало услугу. Услуга переходит в разряд традиционных.
- Увеличивается качество услуги. Совершенствуется сервис. Достигается максимум объема продаж. Прибыль растет медленно, обостряется конкуренция;
- Зарождение идеи создания определенной услуги и выдвижения ее на рынок;

361. Сущность жизненного цикла услуги фазы зрелости.

- Это фаза является периодом резкого снижения продаж и прибыли. Сбыт может упасть до нуля или оставаться на очень низком уровне. Основная причина: появление новой, более совершенной услуги или изменение предпочтений потребителей. Многие фирмы уходят с рынка. Вложения в стимулирование сбыта уменьшаются или совсем прекращаются. Потребители теряют интерес к услуге. Основная масса потребителей – консерваторы с низкой платежеспособностью;
- Цена сильно снижается, при этом рост продаж прекращается. Охват рынка очень высок. На этом этапе высока вероятность повторного технологи-ческого совершенствования услуги и технологии.
- Происходит признание услуги потребителем и быстрое увеличение спроса на нее. Охват рынка увеличивается. Информация о новой услуге передается новым потребителям;  
Характеризуется тем, что большинство потребителей уже опробовало услугу. Услуга переходит в разряд традиционных.
- ✓ Увеличивается качество услуги. Совершенствуется сервис. Достигается максимум объема продаж. Прибыль растет медленно, обостряется конкуренция;
- Зарождение идеи создания определенной услуги и выдвижения ее на рынок;

362. Сущность жизненного цикла услуги фазы роста.

- Это фаза является периодом резкого снижения продаж и прибыли. Сбыт может упасть до нуля или оставаться на очень низком уровне. Основная причина: появление новой, более совершенной услуги или изменение предпочтений потребителей. Многие фирмы уходят с рынка. Вложения в стимулирование сбыта уменьшаются или совсем прекращаются. Потребители теряют интерес к услуге. Основная масса потребителей – консерваторы с низкой платежеспособностью;
- Зарождение идеи создания определенной услуги и выдвижения ее на рынок;
- Цена сильно снижается, при этом рост продаж прекращается. Охват рынка очень высок. На этом этапе высока вероятность повторного технологи-ческого совершенствования услуги и технологии;  
Характеризуется тем, что большинство потребителей уже опробовало услугу. Услуга переходит в разряд традиционных.
- Увеличивается качество услуги. Совершенствуется сервис. Достигается максимум объема продаж. Прибыль растет медленно, обостряется конкуренция;
- ✓ Происходит признание услуги потребителем и быстрое увеличение спроса на нее. Охват рынка увеличивается. Информация о новой услуге передается новым потребителям;

363. Сущность жизненного цикла услуги фазы Внедрение или выход на рынок;
- Зарождение идеи создания определенной услуги и выдвижения ее на рынок;
  - Цена сильно снижается, при этом рост продаж прекращается. Охват рынка очень высок. На этом этапе высока вероятность повторного технологи-ческого совершенствования услуги и технологии;  
Характеризуется тем, что большинство потребителей уже опробовало услугу. Услуга переходит в разряд традиционных.
  - Увеличивается качество услуги. Совершенствуется сервис. Достигается максимум объема продаж. Прибыль растет медленно, обостряется конкуренция;
  - √ Это фаза появления новой услуги на рынке. Начинается с момента распространения услуги и поступления ее в продажу;
  - Происходит признание услуги потребителем и быстрое увеличение спроса на нее. Охват рынка увеличивается. Информация о новой услуге передается новым потребителям;
364. Сущность жизненного цикла услуги фазы формирование.
- Происходит признание услуги потребителем и быстрое увеличение спроса на нее. Охват рынка увеличивается. Информация о новой услуге передается новым потребителям;
  - Цена сильно снижается, при этом рост продаж прекращается. Охват рынка очень высок. На этом этапе высока вероятность повторного технологи-ческого совершенствования услуги и технологии;  
Характеризуется тем, что большинство потребителей уже опробовало услугу. Услуга переходит в разряд традиционных.
  - Увеличивается качество услуги. Совершенствуется сервис. Достигается максимум объема продаж. Прибыль растет медленно, обостряется конкуренция;
  - √ Зарождение идеи создания определенной услуги и выдвижения ее на рынок;
  - Это фаза появления новой услуги на рынке. Начинается с момента распространения услуги и поступления ее в продажу;
365. Какие из перечисленных услуг относятся к распределительным услугам?
- √ услуги в торговле по закупке и сбыту товаров;
  - услуги здравоохранения.
  - услуги по туризму
  - банковские услуги;
  - инжиниринговые услуги;
366. Какие из перечисленных услуг относятся к производственным услугам?
- туристские услуги;
  - банковские услуги.
  - услуги телевидения;
  - √ инжиниринговые услуги;
  - услуги по закупке товаров;
367. Что понимается под понятием заказ на услугу?
- период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги;
  - совокупность факторов, воздействующих на потребителя услуги в процессе обслуживания.
  - документ, содержащий требования и нормы, регламентирующие порядок и условия обслуживания.
  - √ договор между потребителем и исполнителем услуги, определяющий юридические, экономические и технические отношения сторон;
  - установленный норматив времени на исполнение услуги;
368. Какой из перечисленных услуг не относится к социально-культурным услугам?
- услуги образования;
  - услуги туризма.
  - медицинские услуги;
  - услуги культуры;
  - √ бытовые услуги;
369. Какой из перечисленных услуг не относится к материальным услугам?
- услуги коммунально-жилищного хозяйства;
  - услуги общественного питания ;
  - услуги транспорта.

- ✓ медицинские услуги;
- бытовые услуги;

370. Кем был предложен метод мозгового штурма:

- Е.Голубковым
- М.Портером
- Ф.Котлером
- Г.Черчиллем
- ✓ А.Осборном

371. На какую группу делится продукция по характеру конечного использования

- потребительские товары
- правильного ответа нет
- услуги
- ✓ все ответы верны
- производственно-технического назначения (промышленные товары)

372. Какая концепция утверждает, что цели организации могут быть достигнуты при помощи удовлетворения потребностей более эффективным, чем у конкурентов, способом?

- совершенствования производства
- маркетинга-взаимодействия
- маркетинга
- ✓ интенсификации коммерческих усилий
- совершенствование товара

373. Что не характерно для рынка товаров промышленного назначения

- географическая концентрация
- все ответы верны
- покупатели-профессионалы
- покупка-продажа в крупных объемах
- ✓ покупка товаров для личного потребления

374. По характеру цели исследования могут быть

- ✓ поисковые, описательные или экспериментальные
- правильного ответа нет
- кабинетные или полевые
- кабинетные или полевые
- все ответы верны

375. Что такое сегментирование рынка

- деление товара на однородные группы
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ деление потребителей на однородные группы
- деление конкурентов на однородные группы

376. Каков конечный этап распределения потребительских товаров?

- правильного ответа нет
- все ответы верны
- мелкая оптовая торговля
- оптовая торговля
- ✓ розничная торговля

377. Что составляет основу развития организационной формы потребительского рынка
- ✓ ресурсный потенциал для формирования банков данных для принятия управленческих решений, денежный капитал и научно-информационные ресурсы
  - аналитические, продажные, производственные, управленческие и контрольные функции
  - субъекты и объекты управления рынком
  - правильного ответа нет
  - все ответы верны
378. Выбор рыночного сегмента может базироваться на различных критериях. Какие из следующих утверждений являются неверными
- ✓ чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании
  - рыночный сегмент базируется на динамику рыночной конъюнктуры
  - между сегментами должна быть существенная разница
  - должна существовать возможность свободного доступа к сегментам
  - рыночный сегмент может базироваться на реальную ситуацию
379. Спрос можно считать эластичным, если
- при изменении цены спрос не изменяется
  - спрос изменяется независимо от цены
  - все ответы верны
  - ✓ при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос
  - при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно
380. Качество товара- это?
- все ответы верны
  - правильного ответа нет
  - отсутствие у товара видимых дефектов
  - способность товара выполнять свое функциональное назначение
  - ✓ набор необходимых функциональных характеристик товара предусмотренных потребителями обязательными
381. Что представляет собой коммерческая пропаганда
- Форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров и услуг на идеи нужд и запросов потребителей;
  - Создание и сохранение имиджа фирмы.
  - Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими покупателями с покупателями с целью продажи;
  - ✓ Неличностное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность посредством публикаций или благоприятных презентаций на радио, телевидении, которые не оплачиваются определенным спонсором;
  - Система побудительных мер и приемов, носящих кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара;
382. Что входит в проводимые работы по анализу потребительского рынка?
- анализ современных тенденций
  - анализ конкурентного влияния
  - анализ достижений группы лидеров и ближайших конкурентов
  - ✓ все ответы верны
  - анализ рыночной конъюнктуры по номенклатуре, новинкам, ассортименту
383. Широта товарного ассортимента означает:
- модификацию товаров
  - повышение качественных параметров товаров
  - организацию производства новых товаров
  - количество новых видо-типо-размерных товаров
  - ✓ его расширение за счет новых товарных групп
384. Более низкая цена на товар наблюдается на этапе:

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

**385.** Что соответствует 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

**386.** От каких факторов зависит выбор каналов продажи

- непосредственных и посреднических каналов
- ✓ от качества продукции, сбытовой сети, из предприятий оптовой и розничной торговли
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- от зависимых и независимых посредников

**387.** Из каких этапов состоит процесс организации продвижения товаров

- из выбора места хранения запасов и способов хранения
- определение системы перемещения товаров
- ✓ все ответы верны
- организация системы управления запасами
- процессы приема заказов, их выполнения и выбор способов доставки товаров

**388.** Какие функции выполняют участники канала распределения

- интенсивное и селективное распределение
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ организация продвижения товаров, стимулирование продажи, сортировка и упаковка товара, финансирование и др
- производство, продажа и использование товаров

**389.** Какой одноуровневый маркетинговый канал распределения или продажи

- производитель-оптовая торговля-розничная торговля-потребитель
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- производитель-потребитель
- ✓ производитель-розничная продажа-потребитель

**390.** Что понимается под уровнем канала распределения

- ✓ посредники, выполняющие процесс доведения товаров до конечных потребителей
- удовлетворение потребления потребителей
- складская и транзитная форма движения товаров
- все ответы верны
- правильного ответа нет

**391.** Какие имеются каналы распределения товаров в системе маркетинга

- розничная и оптовая продажа
- ✓ непосредственный, посреднический и смешанный канал
- правильного ответа нет

- все ответы верны
- производитель-розничная торговля-потребитель

**392.** Что не включается во четвертый блок принятия решений по управлению потребительским рынком

- ✓ контроль за выполнением плана
- все ответы верны
- принятие решений
- экспертная оценка коллективным способом (метод PATTERN)
- разработка планов выполнения решений и их реализации

**393.** Что не рассматривается в третьей стадии ступенчатого анализа потребительского рынка?

- торговые марки или бренды
- ✓ уточнение платежеспособности населения, доля отечественных и импортных товаров
- номенклатура и ассортимент, оценочная маркетинговая карта фирмы
- потребительские свойства продукции
- объемы выпуска и продажи продукции, цены все видов

**394.** Что не рассматривается во второй стадии ступенчатого анализа потребительского рынка?

- степень монополизации, ценовая стратегия конкурентов, конкурирующее влияние
- мода, ассортимент, качество, новизна
- структура спроса и степень насыщения рынка
- определние рыночной доли
- ✓ квотирование и ограничительные пошлины

**395.** Что не рассматривается в первой стадии ступенчатого анализа потребительского рынка?

- степень интеграции в мировой рынок
- уточнение платежеспособности населения, доля отечественных и импортных товаров
- сегментация и структурированность
- реальная емкость рынка, потенциальная емкость объем рынка
- ✓ мода, ассортимент, качество, новизна

**396.** Что подразумевается под товарными фондами

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

**397.** Что предусматривает путь насыщения расширения ассортимента

- изменение стоимости и качества товаров
- ✓ пополняемые товары не выходят за рамки характерных текущему ассортименту цен и дополняются товарами определенного вида и назначения
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- обеспечение товарными группами и представлению им более широких возможностей выбора

**398.** Что предусматривает путь увеличения (рост) расширения ассортимента?

- увеличение ассортимента предусматривает доставку товаров учитывая при этом поведение потребителей
- ✓ увеличение ассортимента предусматривает поступление таких товаров, какие не были представлены предприятием ранее
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- увеличение ассортимента предусматривает доставку товаров учитывая при этом требования, предъявляемые покупателями к товарам

399. Ширина канала распределения означает

- количество реализуемых товарных групп
- ✓ число посредников на одном уровне канала распределения
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- число уровней канала распределения

400. Канал распределения – это?

- способ распространения рекламы
- ✓ совокупность организации и (или) лиц, принадлежащими производителю
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- с помощью почты

401. Интенсивное распределение товара осуществляется

- поставками в сеть специализированных магазинов
- ✓ через большое число торговых точек массового назначения
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- путем поставки товара непосредственно потребителю

402. Физическое распределение товара означает

- транспортировку и хранение
- ✓ продажу его через посредников
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- безвозмездную передачу товара клиенту

403. Какие имеются проблемы при разработке товарной политики?

- отсутствие надежной продажи
- ✓ инновация, качество, конкурентоспособность, ассортимент, маркировка и др.
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- обслуживание и упаковка

404. Какие основные факторы должны учитываться при разработке товарной политики?

- увеличение объемов продажи, сегментирование, обеспечение потребности и др
- ✓ состояние спроса, технологические возможности производства
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ассортиментная политика и маркировка товаров

405. От чего зависит продолжение жизненного цикла товаров

- от качества и конкурентоспособности товара
- ✓ от технической сложности изделия, объема вложения инвестиции, конкуренции и качества маркетинговых исследований
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- от конъюнктуры рынка, сегментирования, исследования цены и изучения потребителей

406. Что могут включаться в задачи ассортиментной политики

- определение рыночного сегмента потребителей

- ✓ обеспечение потребностей и нужд потребителей, оптимизация финансовых результатов фирмы
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- производство конкурентноспособного продукта и формы продажи

407. Из каких этапов состоит процесс модели создания нового товара?

- подготовка проекта и заключения, составление сметных расходов
- ✓ возникновение и выбор идеи, составление бизнес-плана, создание опытного экземпляра, тестирование товара и его выведение на рынок
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- подготовка к производству продукции, его производство и продажа

408. В каких случаях невозможна инновация в товарной политике

- без изучения рынка
- ✓ отсутствием технологической новизны
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- без оценки конкуренции

409. Как вы понимаете смысл понятия «жизненный цикл товаров»?

- правильного ответа нет
- ✓ период от выведения товаров на рынок (продажу) до его исчезновения из рынка
- период присутствия товаров в продаже
- период присутствия товаров на рынке
- все ответы верны

410. Цель товарной политики состоит из

- обеспечения преемственности при формировании оптимального товарного ассортимента и принятия решений
- правильного ответа нет
- ✓ все ответы верны
- целенаправленного приспособления ассортимента товаров требованиям рынка и др
- обеспечения на должном уровне конкурентоспособность товаров

411. Какие причины могут вынудить фирму повышать цены

- при уменьшении рыночной доли
- все ответы верны
- при росте количества выпускаемой продукции
- ✓ инфляция
- при отсутствии полной производственной мощности

412. Чем определяется минимальная цена на товары

- по коэффициенту эластичности спроса
- по цене конкурентов
- все ответы верны
- ✓ по уровню расходов
- емкостью товаров на рынке

413. При какой конкурентной структуре рынка покупатель и продавец не могут повлиять на цену товара

- чистый конкурентный рынок
- все ответы верны
- олигополистский рынок
- ✓ чистый монополистический рынок

- монополистическая конкуренция

**414.** Как определяется максимальная цена на товары

- по цене конкурентов на товары
- все ответы верны
- по максимальным требованиям к прибыли
- ✓ по количеству спроса
- по уровню совокупных расходов

**415.** Каковы основные функции цены

- учет и стимулирование
- ✓ все ответы верны
- рациональное размещение производства
- сбалансирование спроса и предложения
- распределительное

**416.** К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению?

- ✓ товары постоянного спроса
- товары пассивного спроса
- товары импульсной покупки
- товары особого спроса
- товары предварительного выбора

**417.** «Директ мейл» (прямая рассылка) не эффективен, если:

- рекламируются товары массового потребителя;
- адресная база включает свыше пятисот адресов.
- адресная база включает больше тысячи адресов
- ✓ фирма не имеет собственного отдела рассылки;
- обслуживается постоянная клиентура;

**418.** Реклама выступает как:

- способ установления тесных контактов с потребителями.
- способ личного общения
- способ диалога с аудиторией;
- средство живого общения с покупателями;
- ✓ средство увещевания;

**419.** Ширина номенклатуры товаров отражает:

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ общую численность ассортиментных групп
- количество вариантов и сортов отдельного товара в рамках ассортиментной группы
- обеспечение прибыли предприятия

**420.** Изменение ассортимента путем вариации товара означает:

- правильного ответа нет
- создание комплиментарного (сопутствующего) товара
- создание нового продукта взамен старого варианта товара
- все ответы верны
- ✓ создание нового продукта с измененными параметрами наряду со старыми вариантами товара

**421.** В чем заключается отличие ассортимента от номенклатуры:

- все ответы верны
- номенклатура входит в состав ассортимента;
- ассортимент и номенклатура не используются одновременно для характеристики одного и того же множества товаров
- ✓ ассортимент более узкое понятие, входит в состав номенклатуры
- правильного ответа нет

422. Предприятие с широким ассортиментом

- может применять стратегию интенсификации рынка
- предполагает разработку ассортиментной стратегии
- предлагает большой выбор групп родственных товаров
- подходит для стратегии агрегирования рынка
- ✓ предлагает большой выбор товаров в каждой товарной группе

423. Нарращивание ассортимента означает:

- правильного ответа нет
- изменение характеристик товара в сторону улучшения их параметров
- изменение характеристик товара в сторону снижения их параметров
- ✓ расширение общего числа товаров
- все ответы верны

424. Какая из приведенных ниже классификаций является наиболее полной:

- ✓ потребительские товары, товары производственно-технического назначения и услуги
- товары производственно-технического назначения
- услуги;
- потребительские товары
- потребительские товары

425. Торгово-сбытовая логистика — это:

- все ответы верны
- отрасль эконометрики
- отрасль логики;
- отрасль математики
- ✓ управление транспортировкой и складированием товаров на основе эконометрического моделирования и компьютеризации;

426. Какие из перечисленных услуг не входят в состав услуг предоставляемых оптовыми торговыми предприятиями?

- Транспортно-экспертные
- Услуги по хранению товаров
- Упаковочные
- Финансовые
- ✓ Доставка крупногабаритных товаров на дом покупателю

427. Какие из перечисленных услуг не входят в состав услуг предоставляемых розничными торговыми предприятиями?

- Доставка крупногабаритных товаров на дом покупателю
- Раскрой купленных в магазине тканей
- Установка на дому у покупателей бытовых приборов
- ✓ Услуги по хранению товаров
- Мелкая переделка и подгонка по фигуре платья

428. Как группируются фонды торговли по своему экономическому содержанию и назначению?

- оптовый и розничный товарооборот
- количество работников и фонд заработной платы
- производительность труда и эффективность
- доход и рентабельность

✓ основные и оборотные фонды

429. Что такое емкость рынка

- продажа товаров, определяемый количеством действительного спроса населения при существующем уровне цен
- улучшение качества, структурного содержания товаров, ценовые и ценовые факторы
- подразумеваются все товары, производимые для полного удовлетворения потребностей населения в течении года
- ✓ общий объем продажи товаров, определяемый количеством платежеспособного спроса при существующем уровне цен
- продажа товаров, необходимый для удовлетворения неотложных потребностей спроса населения при существующем уровне цен

430. Разновидности одного и того же товара являются

- правильного ответа нет
- товарно-родовыми конкурентами
- конкурентами-желаниями
- товарами-конкурентами
- ✓ товарно-видовыми конкурентами

431. Какие средства труда относятся в состав основных фондов торговли?

- незавершенное производство
- денежные средства, прочие активы
- запасы сырья
- запасы полуфабрикатов
- ✓ здания, оборудования и транспортные средства

432. В какую фазу расширенного воспроизводства соотносятся товарные фонды

- производство
- распределение и обмен
- распределение
- обмен
- ✓ потребление

433. Точка безубыточности- это?

- объем производства, при котором производитель работает без убытка
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ цена, при которой предприятие начинает получать прибыль
- уровень затрат, необходимый для производства продукции

434. Изменение ассортимента товара путем вариации товара означает?

- создание комплиментарного (сопутствующего) товара
- правильного ответа нет
- все ответы верны
- ✓ создание нового продукта с изменением параметров наряду со старыми вариантами товара
- создание нового продукта взамен старого варианта товара

435. Произведено товара X 3000 ед. Импорт 500 ед. Экспорт 200 ед. Остатки на складах торговых организаций на начало года 50 ед. Остатки на складах торговых организаций на конец года 150 ед. Годовая ёмкость рынка равна

- 3100.0
- 3500.0
- 3000.0
- 3900.0
- ✓ 3200.0

436. Товары повседневного спроса характеризуются
- распространением через сеть специальных магазинов
  - правильного ответа нет
  - все ответы верны
  - ✓ отсутствием необходимости в дополнительных консультациях продавцов
  - приобретением на большую сумму денег
437. Формы оплаты труда в торговле и массовом питании.
- по объему прибыли и рентабельности
  - по объему оборота и структуре
  - по производительности труда и эффективности
  - ✓ повременная и сдельная: в том числе премиальная
  - тарифное разделение
438. Принципы организации оплаты труда в торговле
- оборот и его структура
  - фонд заработной платы и количество работников
  - количество работников и производительность труда
  - производительность труда и эффективность труда
  - ✓ тарифная система и система оплаты труда
439. Какие из нижеперечисленных не относятся к товарам широкого потребления
- товары, закупаемые для производственного потребления
  - все ответы верны
  - правильного ответа нет
  - ✓ товары, покупаемые для конечного потребления конечными потребителями
  - товары, закупаемые для вторичного производства продукта
440. Структура издержек обращения
- классификация статей расходов по группам
  - отношение суммы издержек обращения к сумме товарооборота в процентах
  - удельные веса отдельных статей расходов в общем объеме товарооборота
  - ✓ удельные веса отдельных статей расходов в общем объеме расходов
  - отношение суммы статей расходов к товарообороту
441. Товары повседневного спроса характеризуются
- правильного ответа нет
  - распространением через сеть специальных магазинов
  - приобретением на большую сумму денег
  - ✓ отсутствием необходимости в дополнительных консультациях продавцов
  - все ответы верны
442. Какие имеются показатели по труду
- Скорость оборачиваемости товара, уровень фонда заработной платы, торговая площадь, повышение квалификации кадров
  - Оборот, количество работников, фонд заработной платы, прибыль
  - Количество работников, уровень фонда заработной платы, уровень прибыли, торговая площадь
  - ✓ Производительность труда, количество работников, фонд заработной платы, подготовка кадров и повышение их квалификации
  - Объем и структура оборота, норма запасов в днях и количество работников
443. Какие имеются принципы организации оплаты труда в торговле
- Фонд заработной платы и количество работников
  - Оборот и его структура

- Количество работников и производительность труда
- √ Тарифная система и система оплаты труда
- Производительность и эффективность труда

444. Какие имеются формы оплаты труда в торговле и общественном питании?

- По производительности и эффективности труда
- По объему прибыли и рентабельности
- Тарифное распределение
- По объему оборота и его структуре
- √ Повременная и сдельная, в том числе премиальная

445. Принципы организации оплаты труда в торговле.

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

446. Показателями плана по труду являются:

- Оборот, количество работников, фонд заработной платы, прибыль
- Оптовый, розничный товарооборот
- √ Производительность труда, количество работников, фонд заработной платы, подготовка кадров и повышение квалификации
- Количество работников, уровень фонда заработной платы, уровень прибыли, торговая площадь
- Объем оборота, его структура, норма запасов в днях и количество работников

447. Паблик рилейшнз это:

- билборд
- специализированные выставки;
- √ связи с общественностью;
- персональные продажи;
- пропаганда.

448. К преимуществам специализированного рекламного агентства можно отнести:

- √ значительный практический опыт агентства
- экономию средств;
- сотрудники заинтересованы в осуществлении работы
- многочисленный штат
- все ответы верны

449. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:

- физиологическому
- √ демографическому;
- поведенческому;
- географическому;
- психографическому;

450. Как связан размер оборотных средств со звенностью товародвижения

- обратно пропорционально
- зависит от поставщиков товаров
- зависит от местонахождения торгового предприятия
- √ прямо пропорционально
- не связан

451. Где выше уровень издержек обращения в предприятиях массового питания или розничной торговли?
- зависит от объема товарооборота
  - в предприятиях массового питания уровень издержек не исчисляется
  - в розничных предприятиях
  - в этих предприятиях уровень издержек обращения одинаков
  - ✓ в предприятиях массового питания
452. К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы:
- все ответы верны
  - панельное исследование;
  - полевое исследование;
  - ✓ кабинетное исследование;
  - статистическое исследование
453. В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления?
- спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления
  - нет правильного ответа
  - нет никаких отличий
  - ✓ на нем меньше покупателей и они крупнее и профессиональнее
  - спрос на товары резко меняется
454. Технология публич рилейшнз включает:
- осуществление программы оценки результатов
  - ✓ все ответы верны
  - анализ, исследования и постановку задач;
  - осуществление и доработки программы
  - разработку программы и сметы;
455. Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка:
- изучение товара;
  - изучение информации
  - изучение конкурентов.
  - ✓ изучение рынка;
  - изучение покупателей;
456. Конкурсы, премии и льготы являются специфическими приемами:
- прямого маркетинга;
  - пропаганды;
  - партизанского маркетинга
  - рекламы;
  - ✓ стимулирования сбыта
457. Можно ли оборотные средства (капитал) отнести к имуществу предприятий торговли?
- нет
  - частично
  - зависит от кругооборота капитала
  - ✓ да, обязательно
  - зависит от объема средств
458. Какая разница между оборотным капиталом и оборотными фондами
- разницы нет
  - разница в структуре

- разница в объеме
- ✓ оборотный капитал денежное выражение оборотных фондов
- разница в единицах измерения

459. В какие средства включается стоимость товарных запасов

- заемные
- собственные
- децентрализованные
- ✓ оборотные
- основные

460. Что входит в состав оборотных средств торговли?

- ✓ товарные запасы, денежные средства, прочие активы
- транспортные средства
- здания, сооружения
- технологические сооружения и производственное оборудование
- постоянное, измерительно-весовое, кассовое оборудование

461. Какое количество может быть наиболее применяемых уровней каналов распределения

- хранение и продажа товаров
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ одно- и двухуровневый
- закуп, хранение и продажа товаров

462. Какие функции выполняет массовое питание?

- снабжение, повышение производительности труда
- организация рекламы товаров, снабжение
- распределение, обмен, потребление
- исследование рынка продовольственных товаров, производство
- ✓ производство, торговля, организация потребления

463. Потенциальная ёмкость рынка - это:

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

464. Какие операции выполняются на складах при хранении товаров

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

465. Какие имеются формы товарных запасов?

- Запасы продовольственных, непродовольственных товаров, сельскохозяйственной продукции
- Продажа товаров, поступление товаров, структура продажи

- Запасы сельскохозяйственной продукции, потребительских товаров
- Запасы потребительских товаров, производственных средств
- ✓ Производственный капитал, запасы индивидуального потребления, товарный капитал (потребление)

**466.** В каких единицах измеряются товарные запасы

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

**467.** В каких формах бывают товарные запасы

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

**468.** Товарные запасы торговых предприятий классифицируется по:

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

**469.** Цель присвоения товарам штриховой кодировки заключается в:

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

**470.** Виды оптовых предприятий:

- Универсальные оптовые торговцы
- Предприятия общенационального уровня, предприятия регионального уровня
- Автономные сбытовые оптовые структуры и сбытовые подразделения промышленности
- Хозяйственные товарищества и акционерные общества
- ✓ Специализированные, посреднические и организаторы оптового оборота

**471.** Основные задачи оптовой торговли:

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

**472.** В зависимости от стадий купли-продажи товаров различают торговую деятельность

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

473. К оптовым торговым предприятиям относятся:
- магазины самообслуживания
  - универсамы
  - супермаркеты
  - √ промышленные агенты
  - универмаги
474. Какие услуги оказывает оптовые предприятия клиентам-покупателям.
- Преобразование производственного ассортимента в торговый; хранение товарных запасов;
  - Доставка товаров; кредитирование закупки; концентрация товарной массы;
  - Преобразование производственного ассортимента в торговый; хранение товарных запасов; доставка;
  - Оценка потребностей и спроса; преобразование производственного ассортимента в торговый;
  - √ Все ответы верны
475. Какие основные операции выполняет коммерческая работа по оптовой продаже товаров
- √ Все ответы верны
  - Нахождение оптовых покупателей товаров; установление хозяйственных связей с покупателями товаров;
  - Выбор форм и методов оптовой продажи товаров; организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам;
  - Организация учета выполнения договоров с покупателями товаров; рекламно-информационная деятельность;
  - Установление хозяйственных связей с покупателями товаров; выбор форм и методов оптовой продажи товаров;
476. Транзитный оптовый товарооборот- это:
- Продажа товаров в розницу непосредственно со складов оптовых предприятий
  - √ Поставка товаров производителями непосредственно розничной торговле, минуя складские звенья
  - Продажа товаров со складов оптовых торговых предприятий
  - Форма отгрузки товаров, при которой оптовая база не участвует в расчетах с организацией-поставщиком
  - Поставка товаров , отгруженных со складов производственных предприятий- поставщиков непосредственно оптовым торговым предприятиям
477. Что представляет собой складской оптовый товарооборот?
- Совокупность стоимостей товаров, отгруженных со складов производственных предприятий поставщиков непосредственно розничным торговым предприятиям
  - Складской оборот-это розничная продажа товаров непосредственно со складов
  - √ Складской оборот- это продажа товаров непосредственно со складов оптовых торговых предприятий
  - При складской форме отгрузки товаров оптовая база участвует в расчетах с организацией - поставщиком
  - При складской форме отгрузки товаров оптовая база не участвует в расчетах с организацией - поставщиком
478. Функции канала продвижения товара - это
- стимулирование продажи
  - связи с покупателями
  - ценообразование и др
  - √ все ответы верны
  - маркетинговые исследования
479. Какой формулой пользуются при оценке эффективности продвижения товаров
- рентабельность и доход
  - правильного ответа нет
  - потери
  - прибыль
  - √ общие расходы
480. Что в себе отражает валовой доход по своему назначению?

- сумму прибыли и товарооборота
- ✓ сумму издержек обращения и прибыли
- сумму товарооборота с издержками обращения
- отношение издержек обращения к прибыли
- отношение прибыли к издержкам обращения

481. Товарооборот составляет 1836 тыс. манат, средние запасы товаров 229,5 тыс. манат, количество дней - 360. Сколько дней составит скорость обращения (время обращения)

- 50.0
- ✓ 45.0
- 28.0
- 46.0
- 32.0

482. Что входит в общий товарооборот предприятий массового питания?

- совокупность покупных товаров и товаров собственного производства
- ✓ розничный и оптовый товарооборот
- совокупность продажи кулинарной продукции розничного товарооборота
- совокупность оптового товарооборота и оборота по обеденной продукции
- объем в стоимостном выражении кулинарной продукции и покупных товаров

483. За счет каких средств может быть увеличен собственный капитал торговой организации?

- за счет целевых средств финансирования
- ✓ за счет целевых средств финансирования и поступлений за счет государственной помощи (субвенции, субсидии, бюджетные кредиты)
- за счет амортизационных отчислений по внеоборотным активам
- за счет нераспределенной прибыли прошлых лет
- поступлений за счет государственной помощи (субвенции, субсидии, бюджетные кредиты)

484. Какие имеются показатели эффективности использования основных фондов?

- коэффициент скорости оборота, амортизация основных фондов, текущий ремонт основных фондов
- ✓ фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность, рентабельность фондов
- объем средств в днях и разгах
- товарооборот, запасы, поступление товаров
- коэффициент использования оборотными средствами, объем вложения капитальных вложений

485. Классифицируйте риски в зависимости от сферы расходования капитала.

- коммерческий риск, заготовительный риск, риск по товарообороту
- ✓ коммерческий риск, производственный риск, финансовый риск
- производственный риск, риск продажи, риск массового питания
- производственный риск, риск покупки, риск продажи
- коммерческий риск, торговый риск, риск массового питания

486. Какие имеются принципы организации оплаты труда в торговле?

- оборот и его структура
- ✓ тарифная система и система оплаты труда
- производительность и эффективность труда
- фонд заработной платы и количество работников
- количество работников и производительность труда

487. За счет каких средств осуществляется расширенное воспроизводство основных фондов?

- текущий и капитальный ремонт
- ✓ капитальные вложения и частично амортизационные отчисления

- товарооборот и прибыль
- материально-техническая база и арендная плата
- издержки обращения и валовой доход

**488.** За счет каких источников финансируются капитальные вложения?

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

**489.** Объясните сущность издержек обращения

- выраженные в денежной форме затраты труда, необходимые для производства товаров
- ✓ выраженные в денежной форме затраты труда, необходимые для доведения товаров от производителей (поставщик до потребителей)
- объем денежных средств, расходуемых работникам в соответствии с количеством и качеством затрачиваемого труда
- объем всех денежных средств
- объем затрат, связанных с выполнением плана товарооборота

**490.** Из каких источников образуются основной и оборотный капитал?

- оптовый, розничный товарооборот
- ✓ собственные средства и привлеченные средства
- арендованные средства
- товарные запасы
- основная и дополнительная заработная плата

**491.** Дайте определение розничному товарообороту

- продажа товаров организациям и предприятиям в срединном звене товародвижения
- ✓ продажа товаров непосредственно потребителям
- этап, характеризующий доведение товаров от производства оптовому звену
- конечная фаза процесса воспроизводства
- в начальном звене продажи товаров производителями потребителям

**492.** Что является главным показателем времени обращения

- период продажи
- ✓ скорость товарооборота
- скорость денежного обращения
- среднедневная продажа
- среднедневной товарооборот

**493.** Как различаются товарные запасы по своей классификации

- текущие, сезонные, целевые
- ✓ по назначению, месторасположению и планированию
- в пути, целевые, по назначению
- запасы в торговой сети, текущие, товары в пути
- сезонные, планируемые, непланируемые

**494.** Какие функции выполняет розничная торговля?

- правильного ответа нет
- ✓ изучение конъюнктуры, определение спроса и предложения, поиск товара, выборка товаров и др.
- прием заказа товаров, их производство, продажа и конструирование
- продажа товаров населению, доставка и оплата

- все ответы верны

495. По каким показателям определяется план розничного товарооборота?

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

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

- 18,5 млн. манат
- 21,2 млн. манат
- 17,8 млн. манат
- ✓ 17,2 млн. манат
- 15,3 млн. манат

497. Товарооборот составляет 1836 тыс. манат, средние запасы товаров 229,5 тыс. манат, количество дней - 360. Если скорость обращения составляет 45 дней, то сколько раз составит скорость обращения

- 12.0
- 11.0
- 7.0
- 14.0
- ✓ 8.0

498. Что понимается под товарным ассортиментом торговых предприятий?

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ассортимент товаров - это разновидность товаров предназначенных для продажи
- ассортимент товаров - это совокупность товаров, полученных из производственных предприятий
- ✓ ассортимент товаров - это совокупность товарных видов и их разновидностей, объединенных по тем или иным свойствам

499. 21. Для реализации стратегии повышения производительности лидер рынка может осуществить

- привлечение новых потребителей
- все ответы верны
- повышение интенсивности употребления товара
- покупку компании-конкурента
- ✓ совершенствование ассортимента продукции и совершенствование структуры затрат

500. Основные виды деятельности компании в «цепочке ценности» М.Портера

- производственно-технологические операции
- ✓ обслуживание потребителей
- управление персоналом
- правовое обеспечение
- поставка материалов