

1. Товар является новым, если:

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

2. Разделение продукции на товары и услуги

- 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
- позволяет предприятиям принимать маркетинговые решения, основываясь на поведении потребителя, а не на характеристике товара

3. Истинная ориентация на рынок начинается с

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

4. Определение товара согласно рыночной ориентации

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

5. Дайте правильное определение торговле:

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

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

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

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

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

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

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

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 имеют различные удельные веса по различным товарам
- 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 вынуждены брать на себя различные обязательства по доставке товаров

19. Распространение политики ценовой дискриминации свидетельствует:

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

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

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

21. Чисто частные блага:

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

22. Ситуация «рынок производителя» приводит:

- К постоянному повышению качества услуг
- К повышению качества услуг
- К усилению конкуренции производителей услуг
- ✓ К потере свободы потребительского выбора

- К насыщению рынка разнообразными услугами

23. В рыночный оборот не поступают:

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

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

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

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

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

26. Собственный капитал выполняет следующие функции:

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

27. Товар — это:

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

28. Какие направления имеются в товарной политике фирмы?

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

29. Какие варианты используются в товарной стратегии

- потребительские товары
- непродовольственные товары
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ 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?

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

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

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

32. Какие условия делают необходимым основной целью ценовой политики фирмы

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

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

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

34. По источникам информации исследования могут быть

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

35. Задачей товарной политики является

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

36. Критерии оценки сегментов необходимы для

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

37. Позиционирование товара –это

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

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

38. К микросреде предприятия не относятся

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

39. Микросреда фирмы- это?

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

40. Что входит в оценочные показатели рыночной инфраструктуры потребительского рынка

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

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

48. Понятие «Этикет»

- Нормы профессионального поведения, или профессиональный этики;
- 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

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

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

- Положение региона относительно других регионов, интересующих данного субъекта, по уровню качества жизни.

- Удовлетворение приоритетных потребностей населения региона
- Отношение темпов роста душевого валового продукта в данном регионе к средним темпам его роста в целом в интересующем данном субъекта сообществе
- √ Отношение рыночной доли данного региона к доле ведущего конкурента в данном сегменте рынка по конкретному товару или товарной группе
- Отношение темпов роста регионального валового продукта к средним темпам его роста в целом в интересующем данного субъекта сообществе

53. Чем определяется деловая привлекательность региона?

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

54. В чем суть высокой степени неопределенности услуг?

- можно сравнить только ожидаемые выгоды и полученные;
- 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.
- она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;
- √ ставит покупателя в невыгодное положение, т.е. часто предоставление услуг требует особых, специальных знаний и мастерства, которые покупателю трудно оценить;
- главный фактор в обеспечении повторяемости покупки услуги;

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

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

56. Какие из перечисленных услуг относятся к потребительским услугам?

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

57. Когда принят закон Азербайджанской Республики «О рекламе»

- 1995.0
- 1999.0
- 2004.0
- 2002.0
- √ 1997.0

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

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

59. В рамках «канала распределения» посредник



- √ стоит между производителем и конечным потребителем
- 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

60. Товары повседневного спроса характеризуются:

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

61. Внешне ориентированная фирма

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

62. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

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

63. Жизненный цикл услуги

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

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

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 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.
- услуги по бронированию мест для проживания путешественников, в частности, через туристские агентства или через агентов;

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

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

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

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

- услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных;
- ✓ услуги, основной целью которых является организация развлечений и отдыха людей.
- 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 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 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 по упаковке товаров перед отправкой;
- услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;

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

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

**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, которые, по существу, заключаются в передаче радио или телевизионных программ.
- услуги посредников при совершении сделок, касающихся ценных бумаг и имущества;
- услуги по строительству плавучих средств;
- услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;

72. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Строительство; ремонт; установка оборудования
- 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 посредников при совершении сделок, касающихся ценных бумаг и имущества;
  - медицинские услуги;
  - услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;
73. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Страхование: финансовая деятельность; кредитно-денежные операции с недвижимостью.
- услуги по регистрации, переписке, составлению, сбору или систематизации письменных сообщений и записей, а также по использованию или сбору математических или статистических данных;
  - √ услуги посредников при совершении сделок, касающихся ценных бумаг и имущества;
  - медицинские услуги;
  - услуги по строительству плавучих средств;
  - услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;
74. Какие из перечисленных услуг относятся к классу: Реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба?
- услуги инвестиционных и холдинговых компаний;
  - √ услуги рекламных агентств, а также услуги по распространению проспектов или образцов непосредственно или по почте;
  - услуги, оказываемые в связи с выдачей дорожных чеков и аккредитивов;
  - услуги по строительству плавучих средств;
  - услуги посредников при совершении сделок, касающихся ценных бумаг и имущества;
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 выведения товара на рынок
- √ все ответы верны
- фаза зрелости и насыщения
- фаза спада
- фаза роста

**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
  - правильного ответа нет
  - из этапа организации специальной деятельности по продаже
  - ✓ все ответы верны
  - 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
  - правильного ответа нет
  - правильности составления анкеты
  - ✓ искренности высказываний респондента
  - все ответы верны
88. В чем заключается отличие панельного опроса от других видов опроса
- ✓ проводится на одной и той же выборке по разными темам
  - 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
  - правильного ответа нет
  - проводится по той же теме, на той же выборке через четко определенные периоды времени
89. Методами наблюдения являются:
- проверка мусорных баков
  - лабораторный эксперимент с имитацией реального магазина
  - исследование восприятия потребителей
  - ✓ аудит розничной торговли
  - опрос, при котором нет непосредственного контакта с интервьюируемым
90. Что не входит в показатели эффективности на микроэкономическом уровне рыночных процессов в торговой отрасли?
- ✓ расчет обобщенного показателя эффективности рыночных процессов на потребительском рынке товаров и услуг
  - расчет балансовым методом движения торговой сети розничного потребительского рынка
  - анализ розничной торговой сети в потребительском рынке
  - оценка показателей рыночной инфраструктуры розничного потребительского рынка
  - прогнозирование потребности на субъекты 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?
- управленческий анализ
  - правильного ответа нет
  - все ответы верны
  - ✓ создание идеи
  - конструирование товара
93. Как определяется коэффициент ценовой эластичности спроса?
- правильного ответа нет
  - все ответы верны

- отношением доходов к расходам
- разницей прибыли и расходов
- ✓ отношением процентного изменения спроса на процентное изменение цены

94. Что такое ценовая эластичность

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

95. Что такое товарное обращение

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

96. В чем состоит основная цель стратегического планирования

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

97. Какие управленческие субъекты рынка влияют на маркетинговую деятельность

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

98. Какие основные типы управленческой структуры потребительского рынка

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

99. Что может быть объектом управления потребительского рынка

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

100. Какие имеются плановые показатели

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

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?
- 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
  - все ответы верны
103. Что такое цена покупателя
- цена в рынке продавца
  - фактическая рыночная цена
  - ✓ фактическая рыночная цена в рынке покупателя при меньшем спросе и предложении
  - рыночная цена при меньшем спросе и предложении
  - цена, определяемая продавцом на рынке
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?

- коллаж
- ✓ консьюмеризм
- биеннале
- анперифиле
- дискламацию

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

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

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

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

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

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

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

**123.** Реальный товар - это:

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

124. Что такое жизненный цикл товара

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

125. Что такое торговый ассортимент

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

126. Что такое производственный ассортимент

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

127. Что такое ассортимент товаров

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

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

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

129. Уровень канала распределения определяется

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

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:

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

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

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

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

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

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?

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

136. Основные элементы рыночного механизма

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

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

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

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

- время службы товара
- все ответы верны
- правильного ответа нет
- ✓ период существования товара на рынке

146. Любая фирма может воздействовать на рынок

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

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

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

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

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

149. Концепция интенсификации коммерческих усилий это

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

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

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

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

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

152. По значению цели исследования могут быть

- ✓ перспективные или текущие
- кабинетные или полевые
- поисковые, описательные или экспериментальные
- правильного ответа нет

- все ответы верны
153. В случаях, когда необходимо обеспечить стабильность условий проведения исследования, используются такая форма наблюдения, как?
- все ответы верны
  - √ лабораторная
  - полевая
  - правильного ответа нет
  - с непосредственным участием исследования
154. Показателями плана по труду являются:
- количество работников, уровень фонда заработной платы, уровень прибыли, торговая площадь
  - оптовый, розничный товарооборот
  - оборот, количество работников, фонд заработной платы, прибыль
  - √ производительность труда, количество работников, фонд заработной платы, подготовка кадров и повышение квалификации
  - объем оборота, его структура, норма запасов в днях и количество работников
155. Как характеризуется товарная структура управления потребительского рынка
- заведующий отдела маркетинга, исследование, продажа, коммуникация, сервис
  - президент, вице-президент по маркетингу, функциональная служба, менеджер по товарным группам
  - правильного ответа нет
  - все ответы верны
  - √ вице-президент по маркетингу, заведующий по отдельным товарным номенклатурам
156. Какова функциональная структура управления потребительского рынка
- вице-президент по маркетингу, заведующий по товарной номенклатуре, менеджер
  - правильного ответа нет
  - все ответы верны
  - √ руководитель по маркетингу, исследование, продажа, коммуникация, сервис
  - 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
- учет и системизация возможных препятствий
  - конечный этап формирования принципов
  - начальный этап формирования принципов управления
  - √ все ответы верны
  - методическое обеспечение первоначальных условий создания системы принципов управления маркетинга
159. Какие имеются системы принципов управления потребительского рынка
- √ организационное поведение, эффективность, контроль и учет и др
  - все ответы верны
  - максимизация степени удовлетворения потребности, обеспечение широкого ассортимента товаров и др
  - правильного ответа нет
  - 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

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

162. Что такое организационная структура управления потребительского рынка

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

163. Что подразумевается под понятием внутренние возможности предприятия

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

164. К какому виду товара она относятся автомобили:

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

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

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

166. Периодические факторы, влияющие на рыночную конъюнктуру

- оказывают периодическое влияние в течении конкретного периода
- 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

167. Какие принципы планирования потребительского рынка

- все ответы верны
- правильного ответа нет
- рациональность, комплексность, управление и контроль

- аналитическое, планирование рисков, банкротство и конкуренция
- ✓ целевая ориентация, информационное обеспечение, ресурсы; стимулирование в планировании и мастерство

168. 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

169. Что входит в отраслевую структуру рынка

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

170. Что входит в структуру стратегического исследования потребительского рынка

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

171. Что относится к функциональной структуре рынка

- финансовые рынки
- посредники рыночных сделок
- рынок закупки товаров
- рынок продаж
- ✓ 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 натуральном выражении и днях
- В натуральном и стоимостном выражении
- Относительными и абсолютными показателями
- ✓ В днях, в разгах
- По объему и структуре оборота

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

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

175. Что подразумевается под товарными фондами?



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

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

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

177. Каковы основные формы товародвижения?

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

178. Канал распределения или продвижения товаров - это

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

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

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

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

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

181. В системе продвижения товаров элементам внешней среды относятся

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

182. Элементами стратегического планирования предприятия являются

- поведение потребителей
- корпоративные цели
- оперативные планы

- ✓ возможности рынка и стратегические бизнес-подразделения компании
- акционеры

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

- юридический
- ситуационный
- технологический
- ✓ поведенческий
- демографический

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

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

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

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

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

- анализ рынка в целом
- 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 выбранного сегмента рынка по расположению или по группе продукции

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

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

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
- ✓ Бытовые
- Благотворительные
- Фрахт
- Консалтинг

191. Стратегия диверсификации это:

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

192. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда:

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

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

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

194. Создание новых товаров целесообразно осуществлять следующим образом:

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

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

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

196. Стратегическое планирование

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

197. Понятие “уровни товара” отражает:

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

**198.** Качество товара — это:

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

**199.** Задачей товарной политики является:

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

**200.** Конкурентоспособность товара проявляется:

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

**201.** Качество товара — это:

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

**202.** Ассортимент — это:

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

**203.** Товарная марка — это:

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

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

- упростить кассовые расчеты;
- √ стимулировать спрос;
- увеличить производство товара
- диверсифицировать производство

- благодетельствовать покупателей

205. Длительность долгосрочных планов ...

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

206. Факторы формирования спроса на услуги подразделяются на:

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

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

- ставит покупателя в невыгодное положение, т.е. часто предоставление услуг требует особых, специальных знаний и мастерства, которые покупателю трудно оценить;
- 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;
- ✓ она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;

208. В чем суть инерции покупателя?

- 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;
- ✓ главный фактор в обеспечении повторяемости покупки услуги.

209. В чем суть невозможности сравнения двух конкурирующих предложений из-за совместного процесса производства и потребления 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.
- 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;
- ✓ можно сравнить только ожидаемые выгоды и полученные;
- эта специфика обусловлена обязательным личным контактом продавца и покупателя, что увеличивает требования к профессиональным качествам, этике и культуре производителя;

210. По каким признакам могут объединяться товары, составляющие ассортимент

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

211. Что относится к товарам редкого спроса

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

212. Что относится к товарам нечастого спроса

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

213. Что относится к товарам повседневного спроса

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

214. Как определяется коэффициент ценовой эластичности предложения

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

215. Банк моделей необходим для?

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

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

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

217. Управление спросом - это что

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

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

- функция Торнквиста 3-го типа для предметов роскоши
- многофакторное уравнение, метод Тейля: прогнозная ошибка

- линейная функция
- функция Торнквиста 1-го типа для продуктов питания
- ✓ все ответы верны

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

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

220. Что такое эластичность спроса?

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

221. Что такое импульсный спрос

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

222. Конъюнктура рынка - это:

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

223. Среднесрочный прогноз объема продажи составляется на срок

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

224. Долгосрочный прогноз объема продаж составляется на срок

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

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

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

226. На сколько групп делятся товары по частоте спроса
- все ответы верны
  - правильного ответа нет
  - на 2 группы - товары повседневного спроса, товары нечастого спроса
  - на 2 группы - товары нечастого спроса, товары редкого спроса
  - ✓ на 3 группы - товары повседневного спроса, товары нечастого спроса и товары редкого спроса
227. Чем отличается стратегия ценообразования, направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи
- все ответы верны
  - правильного ответа нет
  - величиной цены, по которой продается товар
  - ничем не отличается
  - ✓ длительностью действия
228. Спрос можно считать эластичным, если
- при изменении цены спрос не изменяется
  - при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно
  - все ответы верны
  - спрос изменяется независимо от цены
  - ✓ при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос
229. 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
230. Чему стремится фирма при определении высокой цены на товары?
- борьбе за лидерство на рынке
  - ✓ получение максимальной текущей прибыли
  - правильного ответа нет
  - все ответы верны
  - росту объемов продажи
231. Укажите ценовой рынок, формирующиеся под влиянием спроса и предложения
- олигополистский рынок
  - ✓ международный рынок
  - чистый монополистический рынок
  - все ответы верны
  - чистый конкурентный 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



- олигополистский 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

- олигополистский рынок
- ✓ чистый конкурентный рынок
- чистый монополистический рынок
- все ответы верны
- международный 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
- значительность
- наглядность
- ✓ защищенность от копирования
- благотворительность

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

- поверхностное

- неоднозначное
- недоступное
- спекулятивное
- ✓ однобокое

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

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

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

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

251. Что входит в составной элемент рынка

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

252. Под влиянием какого экономического закона формируется уровень предложения

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

253. По степени доступа к информации можно выделить:

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

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

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

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

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

257. К поставщикам информации вне предприятия не относится:

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

258. К поставщикам информации вне предприятия относится:

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

259. Реклама в отличие от стимулирования сбыта

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

260. Цель связей с общественностью заключается в.

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

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

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

262. К поставщикам информации внутри предприятия не относится:

- отдел маркетинга
- отдел планирования
- отдел продаж
- ✓ госструктуры
- бухгалтерия

263. К какому уровню товара относится оказание сервисных услуг:

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

264. Контактной аудиторией для производителя являются:

- конкуренты
- посредники
- поставщики
- клиенты
- ✓ СМИ

265. К пользователям информации не относится:

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

266. К пользователям информации относится:

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

267. Информационное обеспечение управления – это

- поиск ответа на первый из сформулированных вопросов
- 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

268. 126. Открытая (публичная) информация –

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

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

- цель, концепция и стратегия потребительского рынка
- оперативное управление 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, анализ и передача

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

271. В отличие от стратегии, тактика

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

272. В чем состоят принципиальные ограничения иерархических структур?

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

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

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

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

- 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;
- покупка, принятие решения о покупке, поиск информации;
- принятие решения о покупке, покупка.

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

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

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

- 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
- 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.
- она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;
- 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.

277. В чем суть специфики процесса оказания 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.
  - 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;
  - она обусловлена невозможностью хранения и транспортировки услуги;

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;
  - 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.
  - главный фактор в обеспечении повторяемости покупки услуги.

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

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

280. Качество товара- это?

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

281. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:

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

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:

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

- совершенствование товаров

284. Потребительская цена товара - это:

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

285. Что такое товарный знак

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

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?

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

288. Цель упаковки товаров заключается в:

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

289. Торговый знак - это:

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

290. Марочная эмблема (знак) - это:

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



291. Марочное название - это:

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

292. Периодические факторы, влияющие на рыночную конъюнктуру?

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

293. Номенклатура товаров

- отражает потребительские свойства товара
- отражает различие во внешнем оформлении товара
- характеризует разновидности товаров
- означает марочное наименование 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?

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

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

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

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

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

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

- качественные и потребительские свойства
- все ответы верны
- тенденции
- все характеристики рынка определяются в статике и в динамике
- ✓ 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;
- √ оборудование;
- интерьер офиса и салона;
- уровень обслуживания.
- личностные характеристики персонала;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- образовательные услуги;

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

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

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

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

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

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

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

**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
- страхование;
- транспорт;
- ✓ инжиниринг
- 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?

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

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:

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

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 убытко
- 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
- ✓ Производительный 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
- ✓ Производительный 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 товароборот- 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 товароборот?

- 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