

AAA_3708y#02#Q16#01EDUMAN testinin sualları**Fənn : 3708Y Kommersiya fəaliyyətinin əsasları**

1 Преимуществом распространения рекламы по телевидению является

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

2 Какие средства распространения рекламы предпочтительнее использовать при рекламировании оборудования

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

3 Цель связей с общественностью заключается в.

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

4 Реклама в отличие от стимулирования сбыта

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

5 Что такое фирменный стиль

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

6 Какие элементы включает система фирменного стиля

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

- Товарный знак, фирменный блок, фирменный лозунг , фирменный комплект шрифтов;

7 Что такое шрифтовая надпись (логотип)

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

8 Что такое фирменный блок

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

9 Что такое фирменный лозунг (слоган)

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

10 Конъюнктура рынка - это:

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

11 Какие из данных процессов являются технологическими

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

12 Коммерческие процессы - это;;;

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

13 Торговля это:

- Вид человеческой деятельности, связанный с товарным обращением
 Деятельность, ориентированная на изучение спроса, исследование рыночных возможностей
 Деятельность, ориентированная на рынок

- Деятельность, ориентированная на удовлетворение потребностей людей посредством обмена
- Деятельность, направленная на изучение позиций

14 В чем заключается основная цель торговой деятельности

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

15 Что является предметом торговли

- Продавцы
- Услуга
- Цена
- Товар
- Покупатели

16 Что является предметом торговли в современных условиях

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

17 Что изучает "Коммерческая деятельность" как научная дисциплина

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

18 Предмет курса "Коммерческая деятельность"

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

19 Объект изучения курса "Коммерческая деятельность"

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

20 Когда принят закон Азербайджанской Республики "О собственности"

- 1999
- 1995
- 1993
- 1991
- 1997

21 Когда принят закон Азербайджанский Республики "О предприятиях"

- 2004
- 1998
- 1996
- 1994
- 2000

22 Объясните сущность издержек обращения.

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

23 Этапы коммерческой работы по оптовым закупкам

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

24 По каким признакам классифицируются поставщики

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

25 Основные этапы проведения ярмарки

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

26 Канал распределения - это:

- средства распространения рекламы на товары
- совокупность физических и юридических лиц, оказывающих послепродажное сервисное обслуживание товаров
- транспортировка товаров и совокупность операций по транспортировке
- совокупность операций по упаковке и складированию товаров

- совокупность физических и юридических лиц, обеспечивающих доведение товара от производителя к потребителю

27 Из чего состоит полная себестоимость продукции?

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

28 Что такое цена покупателя?

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

29 Что такое мелкооптовые магазины-склады

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

30 Цель товародвижения заключается в :

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

31 Перечислить важнейшие функции торговли \

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

32 Показатели конъюнктуры рынка

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

33 Что такое типизация торговых предприятий

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

34 Показатели качества розничной торговой сети

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

35 Из каких этапов складывается коммерческая работа по розничной продаже товаров

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

36 Что относится к документам по платежно -банковским операциям

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

37 Что такое ассортимент товаров

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

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

- Печатная реклама, аудиовизуальная, радио и телереклама, наружная

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

39 С какого года существует реклама в желтых страницах?

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

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

- адресный каталог
- бесполезная аудитория
- ниша
- выборка
- модель распространения

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

- бокс
- жалон
- клише
- логотип
- вывеска

42 Внимание потребителя в рекламных сообщениях уделяется:

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

43 Какие средства распространения рекламы предпочтительнее использовать при рекламировании оборудования:

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

44 При какой форме спроса использование рекламы предприятием считается неэффективным

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

45 Какие основные составляющие имеет структура торгового маркетинга?

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

46 Основные черты системы стимулирования сбыта

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

47 Перечислить организационные формы персональных продаж

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

48 Основные черты присущие торговой рекламе

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

49 Согласно концепции “интенсификации коммерческих усилий” предприятие намеревается увеличить объем продаж за счёт:

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

50 Этапы развития коммерческой деятельности в Азербайджане

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

51 Какие процессы выполняются в торговле?

- Формирование торгового ассортимента на складах и магазинах;

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

52 Как учреждается полное товарищество

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

53 С чем связана необходимость применения коммерция в нашей стране:

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

54 Чем отличается коммерческая деятельность от предпринимательской.

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

55 Что представляет собой рыночная инфраструктура

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

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

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

57 Какие имеются методы планирования?

- Управленческие, технико-математические, статистико-аналитические, экономико-технические
- Балансовый, технико-математические, экономико-статистические, экономический анализ
- Технические, математические, статистические, фактические

- Стратегические, технико-экономические, расчетно-экономические, тактические
- Исследовательский, балансовый, пропагандистские, математико-экономические

58 Какие функции выполняет ярмарочный комитет.

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

59 Что такое оптовые продовольственные рынки.

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

60 Время товарного обращения – это:

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

61 В какую фазу расширенного воспроизводства соотносятся товарные фонды?

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

62 Как определяется фабрично-заводская себестоимость?

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

63 Какие имеются плановые показатели?

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

64 Как группируются издержки обращения в торговле по своей сущности?

- Расходы, связанные с производительностью труда и повышением эффективности труда

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

65 Что представляет собой складской оптовый товарооборот?

- При складской форме отгрузки товаров оптовая база не участвует в расчетах с организацией - поставщиком
- Складской оборот-это розничная продажа товаров непосредственно со складов
- Совокупность стоимостей товаров, отгруженных со складов производственных предприятий поставщиков непосредственно розничным торговым предприятиям
- Складской оборот- это продажа товаров непосредственно со складов оптовых торговых предприятий
- При складской форме отгрузки товаров оптовая база участвует в расчетах с организацией - поставщиком

66 Транзитный оптовый товарооборот- это:

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

67 Что такое производственный ассортимент

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

68 Что такое торговый ассортимент

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

69 Что такое импульсный спрос

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

70 Что такое жизненный цикл товара

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

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

71 Реальный товар - это:

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

72 Глубина товарной номенклатуры - это:

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

73 На какой стадии жизненного цикла товара используется напоминающая реклама:

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

74 Номенклатура товаров

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

75 Цель присвоения товарам штриховой кодировки заключается в:

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

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

- дифференцированному маркетингу
- пробный маркетинг
- маркетинг товаров
- недифференцированный маркетинг
- концентрированный маркетинг

77 Цель разработки товарной политики маркетинга состоит в:

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

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

- дифференцированному маркетингу
- прямому маркетингу
- активному маркетингу
- концентрированному маркетингу
- недифференцированному маркетингу

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

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

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

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

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

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

82 Основные понятия экспортно-импортных операций

- Максимальный объем товара, который разрешен для импорта в течении определенного времени
- Налог, взимаемый при пересечении товаром таможенной границы, оказывает влияние на объем и структуру внешнеторгового оборота

- Перечень таможенных пошлин, которыми облагаются товары при импорте в данную страну и экспорте из нее
- Торговля одной страны с другими странами, состоящая из ввоза и вывоза товаров
- Порядок вывоза и ввоза товаров

83 Принципы организации оплаты труда в торговле.

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

84 Какие имеются принципы хозяйственной самостоятельности в торговле?

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

85 Что входит в деятельность торговых услуг

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

86 Перечислить основные группы рынков

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

87 Когда принят закон Азербайджанской Республики "Об Акционерных Обществах"

- 2002
- 1998
- 1996
- 1994
- 2000

88 Как учреждается акционерное общество

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

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

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

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

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

91 Какие основные задачи коммерческих услуг в торговле:

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

92 Какие основные операции выполняет коммерческая работа по оптовой продаже товаров

- Организация учета выполнения договоров с покупателями товаров; рекламно-информационная деятельность;
- Выбор форм и методов оптовой продажи товаров; организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам;
- Нахождение оптовых покупателей товаров; установление хозяйственных связей с покупателями товаров;
- Все вышеуказанные варианты верны.
- Установление хозяйственных связей с покупателями товаров; выбор форм и методов оптовой продажи товаров;

93 Какие услуги оказывает оптовые предприятия клиентам-покупателям.

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

94 четырёхуровневому каналу распределения

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

95 Прямой канал маркетинга соответствует:

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

96 К оптовым торговым предприятиям относятся:

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

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

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

98 Каковы основные формы товародвижения?

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

99 Что из перечисленных не входит в обязанности продавца оптовой базы

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

100 Что подразумевается под товарными фондами?

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

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

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

102 Какими показателями характеризуется скорость обращения товаров?

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

103 Товарные запасы торговых предприятий классифицируется по:

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

104 Как классифицируются товары в зависимости от назначения?

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

105 В каких формах бывают товарные запасы

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

106 В каких единицах измеряются товарные запасы

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

107 Периодические факторы, влияющие на рыночную конъюнктуру?

- Периодические факторы оказывают ежедневное влияние в течении конкретного периода
- 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

108 Что такое эластичность спроса?

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

109 Какие имеются формы товарных запасов?

- Запасы сельскохозяйственной продукции, потребительских товаров
- Запасы продовольственных, непродовольственных товаров, сельскохозяйственной продукции
- Продажа товаров, поступление товаров, структура продажи
- Производительный капитал, запасы индивидуального потребления, товарный капитал (потребление)
- Запасы потребительских товаров, производственных средств

110 Какие операции выполняются на складах при хранении товаров

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

111 Когда принят закон Азербайджанской Республики "О рекламе"

- 2002
- 1995
- 1997
- 2004
- 1999

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

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

113 Что такое импорт

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

114 Что такое экспорт

- Товары, ввозимые на таможенную территорию государства, произведенные за рубежом ; товар, перемещаемый через таможенную границу
- Сделка, предусматривающая обмен определенного количества товара
- Товары, ввозимые на таможенную территорию государства
- Товар, перемещаемый через таможенную границу и вывозимый с территории государства

- Система безналичных расчетов , основанная на зачете взаимных требований

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

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

116 На каких принципах строится таможенное право

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

117 Косвенный экспорт - это:

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

118 Прямой экспорт - это:

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

119 К совместной предпринимательской деятельности не относится:

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

120 Прямое инвестирование - это:

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

121 Что такое таможенных тариф

- Максимальный объем товара, который разрешен для импорта в течении определенного времени
 Налог, взимаемый при пересечении товаром таможенной границы, который оказывает влияние на объем и структуру внешнеторгового оборота

- Взаимные при торговле одной страны с другими странами
- Перечень таможенных пошлин, которыми облагаются товары при импорте в данную страну и экспорте из нее
- Порядок вывоза и ввоза

122 Какие из перечисленных являются закономерностями развития спроса?

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

123 С точки зрения экономической сущности торговля определяется как:

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

124 Формы оплаты труда в торговле и массовом питании.

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

125 Какими методами пользуются при планировании розничного товарооборота?

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

126 Основными элементами хозяйственной самостоятельности в торговле являются:

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

127 Как создаются объединенные предприятия

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

- Учреждается не менее чем одним компаньоном и одним пайщиком

128 Какие профессиональные требования предъявляются коммерческому работнику?

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

129 Требования к речи в деловом контакте

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

130 Сколько видов коммерческой переписки?

- Пять
- Четыре
- Два
- Три
- Шесть

131 Основные задачи оптовой торговли:

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

132 Виды оптовых предприятий:

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

133 Долгосрочный прогноз объема продаж составляется на срок

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

134 Среднесрочный прогноз объема продаж составляется на срок

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

- от 1 до 5 лет
- от 1 до 2 лет

135 Конъюнктура рынка - это:

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

136 Контактной аудиторией для производителя являются:

- СМИ
- конкуренты
- клиенты
- поставщики
- посредники

137 К какому уровню товара относится оказание сервисных услуг:

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

138 Уровень канала распределения определяется

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

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

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

140 Прямой канал маркетинга соответствует

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

141 Товародвижение - это:

- организация пробной продажи товаров

- оптовая продажа товаров
- сбыт товаров
- физическое перемещение товаров
- розничная продажа товаров

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

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

143 Система распределения “производитель-агент-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель” соответствует:

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

144 Разработка нового товара начинается с:

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

145 Более низкая цена на товар наблюдается на этапе:

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

146 Ширина товарного ассортимента означает:

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

147 Марочное название - это:

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

148 Марочная эмблема (знак) - это:

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

149 Торговый знак - это:

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

150 Цель упаковки товаров заключается в:

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

151 Групповой ассортимент

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

152 Внутригрупповой ассортимент

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

153 Понятие широты ассортимента

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

154 Понятие глубины ассортимента]

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

155 На каком этапе чрезвычайно важна напоминающая реклама?

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

156 Ширина товарной номенклатуры - это:

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

157 Что такое таможенная пошлина

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

158 По условиям поставки “поставка до границы (DAF)” в контрактную цену входят:

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

159 По условиям поставки “Франко-завод” в контрактную цену входит

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

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

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

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

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

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

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

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

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

164 Стороны, участвующие в лизинговой сделке

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

165 Что такое рекламация?

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

166 Коммерческий риск

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

167 Какие методы используются для определения степени риска?

- экспертный, математический
- Статистический и, математический

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

168 Что представляет собой риск для предпринимателя?

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

169 Что такое риск?

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

170 Что такое деловой протокол?

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

171 можно ли уровень экономического развития страны отнести к внешним факторам влияющим на деятельностьпредприятим

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

172 Можно ли конгуренцию расширивать как внешний фактор влияющий на деятельность торговых предприятий

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

173 В зависимости от сферы затрачиваемого капитала выделяют:

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

174 Какие личностные требования предъявляются коммерческому работнику?

- Готовность рисковать, верность данному слову, высокие духовные качества
- Готовность рисковать, честность, надежность, верность данному слову; ответственность
- Готовность рисковать, честность, надежность, высокие духовные и физические качества, целеустремленность;
- Готовность рисковать, честность, надежность, верность данному слову; высокие духовные и физические качества, ответственность, организаторские способности, упорство, целеустремленность;
- Готовность рисковать, честность, верность данному слову, высокие духовные качества организаторские способности, упорство

175 Понятие этика

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

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

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

177 При продаже какого товара целесообразно использование канала “производитель-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель”:

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

178 При продаже какого товара целесообразно использование канала “производитель-оптовый торговец-потребитель”:

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

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

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

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

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

181 Как классифицируется содержание товарных ресурсов?

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

182 Что такое складской оборот?

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

183 Что такое оптовый транзитный оборот?

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

184 Основные цели развития оптовой торговли:

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

185 Глубина товарного ассортимента означает:

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

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

- приверженцы марке
- модники

- суперноваторы
- консерваторы
- принадлежащие к высокой социальной группе

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

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

188 К какому уровню товара относится оказание сервисных услуг:

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

189 Ширина товарного ассортимента означает:

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

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

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

191 Как классифицируются товары в зависимости от способа производства?

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

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

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

193 Эффективность складского хозяйства

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

194 Какой товар не относится к новому товару:

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

195 Разработку нового товара целесообразнее осуществлять

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

196 В точке безубыточности:

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

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

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

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

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

199 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным

на издержки:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

204 Понятие "Этикет"

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

205 Что такое оферта?

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

206 С чем связано возникновение финансового риска?

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

207 Что такое коммерческие письма?

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

208 Нормы защиты коммерческой тайны

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

209 Что представляет собой риск для предпринимателя?

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

210 Рынок средств потребления состоит из

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

211 Рынок институциональных организаций состоит из:

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

212 Для предпринимателя финансовый риск представляет:

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

213 Возникновение финансового риска порождают:

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

214 Перечислить перспективные формы организации оптовых предприятий

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

215 Какие комплексные услуги оказывают оптовые предприятия

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

216 Краткосрочный прогноз объема продаж составляется на:

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

217 Виды сбыта товаров

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

218 При продаже какого товара целесообразно использование канала “производитель-оптовый торговец-потребитель”

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

219 При продаже какого товара целесообразно использование канала “производитель-оптовый торговец-потребитель”:

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

220 При продаже какого товара целесообразно использование канала “производитель-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель”:

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

221 Содержание коммерческой работы по оптовой продаже товаров заключается в:

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

222 При продаже какого товара целесообразно использование канала “производитель-оптовый торговец-розничный торговец-потребитель”:

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

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

- 4
- 2
- 1
- 0
- 3

224 Какие имеют формы транзитный товарооборот по расчетам с поставщиками?

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

225 Какие имеются виды оптового товарооборота?

- Оборот по собственной продукции предприятий массового питания, складской оборот

- Транзитный оборот, оптовая продажа сельскохозяйственной продукции
- Оптовая продажа кулинарной продукции, оптовая продажа потребительских товаров
- Оптовая продажа средств производства, заготовка сельскохозяйственной продукции, оптовая продажа потребительских товаров
- Оборот с участием в расчетах, оборот по продаже товаров потребителям

226 Товарный ассортимент характеризует:

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

227 Глубина товарного ассортимента означает

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

228 Номенклатура товаров:

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

229 Торговая (товарная) марка - это:

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

230 Присвоение товарам торговой (товарной) марки отражает стремление

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

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

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

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

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

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

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

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

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

235 По каким признакам классифицируются товары

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

236 Что означает "Франчайзинг"

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

237 Перечислить основные виды франчайзинга

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

238 Что такое производственный франчайзинг

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

239 Что означает термин "франшиза"

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

240 Что такое деловой франчайзинг

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

241 Что входит в число основных финансовых документов коммерческого предприятия

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

242 Товарный франчайзинг и его отличие от оптовой торговли

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

243 Что является источником дохода франчайзинга

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

244 Что включает этнический кодекс предпринимателя-коммерсанта

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

245 Как называется способ снижения риска?

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

246 Инвайроментализм - это:

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

247 Что из перечисленного не относится к риску?

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

248 Классифицируйте риски в зависимости от сферы расходования капитала.

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

249 Сущность промышленного шпионажа?

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

250 Что такое информация?

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

251 Что такое "Коммерческая информация"

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

252 Что такое коммерческая тайна?

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

253 Торговый знак - это:

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

254 Торговая (товарная) марка - это:

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

255 Важнейшие направления развития МТБ оптовой торговли:

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

256 Функции оптовой торговли по отношению к поставщикам товаров:

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

257 Важнейший элемент оптовой инфраструктуры:

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

- Автономные оптовые структуры, сбытовые подразделения промышленных предприятий

258 Какие услуги оказывает оптовые предприятия клиентам-поставщикам

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

259 Что из перечисленных не входит в обязанности продавца оптовой базы

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

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

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

261 Уровневое прогнозирование

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

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

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

263 Что такое устойчивый спрос

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

264 Что такое альтернативный спрос

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

265 Сколько этапов формирования товаров в магазинах

- Шесть
- Четыре
- Два
- Три
- Пять

266 Товарный ассортимент характеризует:

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

267 Цена продажи товара - это:

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

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

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

269 Более низкая цена на товар наблюдается на этапе

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

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

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

271 На какой стадии жизненного цикла товара используется информативная реклама:

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

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

- 6
- 7
- 5
- 3
- 4

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

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

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

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

275 Что входит в состав основных форм лизинга?

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

276 Что входит в расходы франчайзинга

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

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

277 Что входит в состав франчайзинга?

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

278 Основные разделы бизнес-плана

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

279 Банки, как контактные аудитории, входящие в “финансовые круги”:

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

280 Банки как “финансовые посредники”:

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

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

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

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

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

283 Какой из перечисленных методов является методом ценообразования, ориентированным

на спрос

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

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

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

285 В квадранте "Звёзды" матрицы Бостон Консалтинг Групп "темп роста-доля рынка":

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

286 Ёмкость рынка определяется нижеследующим образом

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

287 Что такое коммерческий секрет?

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

288 Что входит в техническую информацию?

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

289 Как учреждается командитное товарищество

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

290 Марочное название - это:

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

291 Марочная эмблема (знак) - это:

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

292 Что такое коллективный знак

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

293 Основные типы товарного знака

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

294 Различия коммерческой информации коммерческой тайны

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

295 Что входит в деловую информацию?

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

296 Потребителем продукции А в регионе является только предприятие “Азинфо”. При этом

использование какого канала является целесообразным:

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

297 Имеющиеся методы розничной продажи товаров.

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

298 Продажа товаров через прилавок обслуживания

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

299 Основные виды транспорта используемого при перевозке потребительских товаров

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

300 Что относится к таможенным документам

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

301 Цель упаковки товаров заключается в:

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

302 Повышение цены на товар:

- приводит к уменьшению объема спроса
- приводит к увеличению объема спроса
- приводит к снижению объема потребления

- не влияет на объём продаж
- не влияет на объём спроса

303 Розничная торговля - это:

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

304 К розничным торговым предприятиям относятся:

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

305 Что такое розничная торговля

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

306 Что такое ассортимент

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

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

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

308 Какие операции выполняются на складах при отпуске товаров

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

309 Показатели, используемые при оценке эффективности работы складов

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

310 Рациональная организация технологического процесса на складах

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

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

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

312 Широта товарной номенклатуры - это:

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

313 Глубина товарной номенклатуры - это:

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

314 Торговая (товарная) марка - это:

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

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

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

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

316 Какие предприятия используют стратегию “роста” бизнес-портфеля:

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

317 Какие предприятия используют стратегию “сохранения” (сохранения имеющихся позиций) бизнес-портфеля:

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

318 Какие предприятия используют стратегию “развития” бизнес-портфеля:

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

319 Какие предприятия используют стратегию “жатвы” бизнес-портфеля:

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

320 Собственный капитал выполняет следующие функции:

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

321 К пассивным операциям коммерческих банков относятся:

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

- выдача ссуд

322 Основная цель маркетинга банка - это:

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

323 Маркетинг начинается с:

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

324 Что такое хеджирование

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

325 Термин капитал марки означает:

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

326 Когда аннулируется регистрация товарного знака

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

327 Услуги - это:

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

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

- объектам капитального строительства
 средствам потребления

- средствам производства
- услугам
- сельскохозяйственной продукции

329 Что такое хозяйственные связи?

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

330 Обязательные условия договора поставки

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

331 Что представляет собой торговая конъюнктура?

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

332 Что такое пролонгация?

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

333 Договор купли-продажи товаров

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

334 Какие три дополнительных вида услуг имеются в торговом обслуживании

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

335 Где и когда был открыт первый универмаг?

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

336 Что предлагается в универсаме?

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

337 Где и когда был открыт первый универсам?

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

338 Дайте определение розничному товарообороту.

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

339 Какие средства труда относятся в состав основных фондов торговли?

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

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

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

341 Методы завоза товаров на розничные торговые предприятия:

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

342 Виды услуг, оказываемые покупателю:

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

343 Внемагазинные формы продажи товаров:

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

344 Кто такой маклер

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

345 Кто такой брокер?

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

346 Цель присвоения товарам штриховой кодировки заключается в:

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

347 Международные торги

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

348 К совместной предпринимательской деятельности не относится:

- совместное владение предприятием

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

349 Прямое инвестирование - это:

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

350 По номенклатуре, на какие виды делятся товарные биржи?

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

351 Когда принят закон Азербайджанской Республики "О тендере"

- 2004
- 2000
- 1995
- 1997
- 2002

352 Что такое биржи

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

353 Причинами выхода компаний на международные рынки является:

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

354 Что такое аукцион

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

355 Что такое аукционные торги

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

356 Какие из ниже перечисленных действий не относится к технике оформления внешнеторговых операций

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

357 Транснациональная корпорация – это:

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

358 Мировая цена – это:

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

359 Конкурентоспособность товара - это:

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

360 Диверсификация по схожим признакам - это:

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

361 Диверсификация по различным признакам - это:

- процесс привлечения инвестиций для расширения товарной номенклатуры предприятия

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

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

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

363 Договор поставки товаров

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

364 Договор поставки заключается на

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

365 Формы применяемых имущественных санкций

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

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

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

367 Что представляет собой свободный рынок?

- На свободных рынках спрос и предложение уравниваются по характеру и степени
- На свободных рынках контрагенты при доставке товара вынуждены выполнять различные обязательства
- На свободном рынке контрагенты обладают различным удельным весом по различным товарам

- На свободном рынке при заключении между контрагентами торговых договоров никаких ограничений не предусматривается
- На свободных рынках один из контрагентов при заключении торговых договоров обладает наибольшей свободой по отношению к другому

368 Классификация розничной торговой сети по признаку стационарности

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

369 Приемка товаров по количеству

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

370 Когда принят закон Азербайджанской Республики "Об электронной торговле"

- 2007
- 2004
- 2002
- 2000
- 2006

371 Каким методом осуществляется продажа в магазине-складе?

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

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

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

373 Продажа товаров по методу самообслуживания

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

374 Продажа товаров по образцам

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

375 Продаже товаров с открытой выкладкой

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

376 Что относится к бесплатным услугам, оказываемыми магазинами

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

377 Что такое дочерние общества

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

378 Понятие тендер

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

379 Какие виды сделок могут заключаться на биржах?

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

380 Виды биржевых сделок

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

381 Особенности открытых торгов

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

382 Франко” цена товара позволяет

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

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

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

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

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

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

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

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

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

387 Предприятие для расширения своей деятельности путём приобретения своих поставщиков

и посредников или контрольного пакета их акций пользуется стратегией:

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

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

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

389 В квадранте “Проблемные (трудные) дети” матрицы Бостон Консалтинг Групп “темпы роста-доля рынка

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

390 В квадранте “Дойные коровы” матрицы Бостон Консалтинг Групп “темпы роста-доля рынка”:

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

391 В квадранте “Собаки” (“Дикие кошки”) матрицы Бостон Консалтинг Групп “темпы роста-доля рынка”:

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

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

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

393 Что входит в обязанности оперативных коммерческих работников коммерческих служб

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

394 Согласно маркетинговой концепции предприятие может получить максимальную прибыль за счёт

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

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

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

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

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

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

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

398 Что относится к коммерческим документам при исполнении коммерческой сделки

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

399 Что относится к транспортным документам

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

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

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

401 Что означает формула Д-Т

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

402 Классификация розничной торговли по принадлежности магазина

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

403 Основная цель склад - магазинов

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

404 Когда и где был использован торговый автомат

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

405 Что такое минимум ассортимента

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

406 По уровню цен розничная торговая сеть классифицируется:

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

407 Диверсификация по одинаковым признакам - это:

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

408 Преимуществом единого корпоративного наименования марки является:

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

409 Недостатком стратегии единого корпоративного наименования марки является:

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

410 Органы управления биржей

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

411 Что такое принудительные аукционы

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

412 Что такое добровольные аукционы

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

413 Согласно аукцион

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

414 Какая из указанных ниже цен считается мировой ценой зерна:

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

415 Сколько этапов проведение аукционов?

- 2
- 7
- 8
- 4
- 3

416 Когда принят закон Азербайджанской Республики "О лизинге"

- 2002
- 1994
- 1996
- 1998
- 2000

417 Термин "оффшорные зоны" означает:

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

418 Существует несколько видов "оффшорных зон", основными из которых являются:

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

419 Правовой статус оффшорной компании определяется:

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

420 Оффшорные фирмы в международной практике выполняют следующие функции:

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

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

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

422 Оффшорные зоны имеют специфические особенности, которые заключаются в:

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

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

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

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

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

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

- факторингом
- рейтингом;
- лизингом;
- хайрингом;
- инжинирингом.

426 Сторонами по договору лизинга называются

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

427 Основные формы лизинга

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

428 Типы лизинга в зависимости от срока

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

429 Основные положение договора лизинга

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

430 Наличная форма расчетов .

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

431 Сущность расчета чеками

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

- Безналичные перечисления по расчетным, текущим и валютным счетам клиентов в банках;
- Письменное поручение владельца счета обслуживающему его банку на перечисление указанной в чеке суммы денег с его счета счет получателя средств;
- Поручение отделения банка покупателя отделению банка поставщика;

432 Каким методом осуществляется продажа в магазине-складе?

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

433 Что входит в общий товароборот предприятий массового питания?

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

434 Какие функции выполняет массовое питание?

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

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

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

436 Какие основные факторы оказывают влияние на организацию процесса товародвижения?

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

437 Признаки специализации розничной торговой сети

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

438 Какие элементы торгово-технологического процесса составляют операции

непосредственного обслуживания покупателей?

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

439 Формы продажи товаров по образцам:

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

440 Общая характеристика торгово-технологического процесса:

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

441 Чем характеризуется рыночная ситуация

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

442 Особенности закрытых торгов

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

443 Какие средства входят в маркетинговую коммуникацию

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

444 Что такое реклама

- Создание и сохранение имиджа фирмы

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

445 Для чего должен рекламный макет отличаться высокой интенсивностью?

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

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

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

447 Какие виды заголовков применяются в печатной рекламе?

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

448 Что является одним из центральных элементов рекламной коммуникации?

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

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

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

450 Какие признаки относятся к торговому рекламу ?

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

451 Реклама - это:

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

452 Цель связей с общественностью заключается в:

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

453 Преимуществом распространения рекламы по телевидению является:

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

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

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

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

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

456 Что представляет собой квота?

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

457 В каких случаях применяются специальные пошлины

- Тарифные барьеры затрагивающих интересы Азерб. Республики
- Нетарифные барьеры, применяемые при неравноправных действиях других государств, затрагивающих интересы Азерб. Республики

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

458 Когда возникла внешняя торговля?

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

459 Протекционизм – это:

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

460 Какие из нижеперечисленных не относятся целям внешнеполитической политики?

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

461 По условиям CIF-поставки в контрактную цену входит:

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

462 Сущность расчета в порядке плановых платежей

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

463 Укажите основные функции финансов торговли.

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

464 Какие имеются формы кредита в рыночных условиях?

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

465 На чем основывается анализ финансового положения фирмы?

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

466 Какими средствами осуществляется товарно-денежные расчеты торговых предприятий?

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

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

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

468 Что такое бартер

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

469 Что относится к денежным средствам предприятия?

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

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

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

471 Функции розничной торговой сети

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

472 Классификация розничной торговой сети по товарно-ассортиментному профилю

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

473 Приемка товаров по качеству

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

474 Что относится к транспортно-экспедиторским документам

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

475 Особенности магазинов сниженных цен- дискунтов

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

476 Цена продажи товара - это:

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

477 Потребительская цена товара - это:

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

478 Консьюмеризм - это:

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

479 Инвайроментализм - это:

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

480 Основные составляющие фирменного стиля торгового предприятия:

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

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

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

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

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

- совершенствование товаров
- потребительский маркетинг

483 Контактные аудитории - это:

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

484 На рынке потребителей:

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

485 На рынке производителей

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

486 Какая форма конкуренции соответствует рынку производителей

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

487 Потенциальная ёмкость рынка - это:

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

488 Товар как категория маркетинга - это

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

489 Реальный товар - это:

- товары, удовлетворяющие потребности потребителя или позволяющие решить его проблемы

- все материальные блага, выведенные на рынок
- товар по замыслу, обладающий конкретными параметрами и характеристиками
- оригинальный товар
- товары, отличающиеся от других товаров своими свойствами

490 Что из перечисленных не относится к маркетинговой деятельности

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

491 Конкуренция между различными видами одноименной продукции - это:

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

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

- 3200 манат
- 2800 манат
- 2400 манат
- 2600 манат
- 3000 манат

493 Какие подходы используются при организации управления маркетингом:

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

494 Каким предприятиям целесообразно использование функциональной структуры управления:

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

495 Каким предприятиям целесообразно использование товарной структуры управления

- все вышеперечисленные ответы одновременно верны
- предприятиям, потребители которого отличаются друг от друга выбором товара и поведением, товары которого требуют оказания специфических услуг
- предприятиям с ограниченным ассортиментом и рынками деятельности

- предприятиям, выпускающими товары широкого ассортимента со специфическими особенностями и основанными на децентрализованном принципе управления
- предприятиям, продающим продукцию в различных странах и регионах мира

496 Каким предприятиям целесообразно использование рыночной структуры управления:

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

497 Каким предприятиям целесообразно использование региональной структуры управления

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

498 Чем занимается отдел координации закупок и продаж коммерческих служб

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

499 Какие документы относятся к банковским платежным документам

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

500 Какой момент реализации считается моментом права собственности на товар?

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

501 При каких условиях выдается новый аванс подотчетному лицу

- При наличии приказа о командировке
- При наличии командировочного удостоверения
- При наличии свободных денег в кассе организации;

- При полном расчете по предыдущим авансам;
- За три дня до командировки;

502 Сущность расчета платежными поручениями-требованиями

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

503 Сущность аккредитивной формы расчетов

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

504 Сущность расчета платежными поручениями

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

505 Какие критерии учитываются в процессе принятия решений о покупке товара

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

506 На сколько видов можно подразделить дополнительные торговые услуги

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

507 Что относится к платным услугам, оказываемым магазинами

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

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

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

509 Коммерческая работа по розничной продаже товаров включает следующие этапы

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

510 “Франко” цена товара позволяет:

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

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

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

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

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

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

- поставка с судна (DES)
- поставка без оплаты пошлины (DDU)

- поставка до границы (DAF)
- франко-завод (EXW)
- стоимость, страхование и фрахт оплачены (CIF)

514 Средства воздействия коммуникативной политики состоят из:

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

515 Что представляет собой коммерческая пропаганда

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

516 Что такое стимулирование сбыта

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

517 Что представляет собой личная персональная продажа

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

518 Что такое товарный знак

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

519 Классификация рекламных средств

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

520 Какая рекламная атрибутика является визуальной карточкой предприятия?

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

521 Сколько признаков наборных шрифтов выделил Т.Кенинг?

- три
- четыре
- шесть
- пять
- семь

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

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

523 Что такое факторинг-фирма

- Вид лизинга при котором лизингодатель закупает на свой страх и риск имущество и передает его лизингополучателю
- Вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга
- Покупка требований по товарным поставкам факторинг-фирмой
- Факторинг-фирма, предоставляет около 80% суммы долга до наступления срока платежа, финансирует вас
- При котором продавец или поставщик предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель

524 Основные подгруппы франшизинга

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

525 Что такое финансовый лизинг

- Долгосрочный лизинг, среднесрочный лизинг, краткосрочный лизинг

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

526 Что такое возвратный лизинг

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

527 Что такое оперативный лизинг

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

528 Сущность факторинга

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

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

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

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

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

531 Что называется дисконтом

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

532 Что понимается под кредитным обеспечением товарооборота?

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

533 За счет каких источников финансируются капитальные вложения?

- За счет банковского кредита, инвестиций и прибыли
- За счет банковских кредитов, текущего ремонта и отчислений от прибыли
- 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

534 Что такое клиринг

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

535 Как определяют фактическую себестоимость товаров в оптовых торговых организациях

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

536 Что называется готовой продукцией

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

537 По какому документу готовая продукция сдается на склад:

- По лимитно-заборной карте

- По накладной
- По счет-фактуре
- Приходному ордеру
- Накладной фактуре

538 На какие основные предположения основываются в коммерческих организациях

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

539 Как проводится классификация по разным признакам концентрации возможностей магазинов

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

540 Какие методы не применяются при продаже товаров в розничной торговле

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

541 Сколько в основном функций выполняет сеть розничной торговли

- 40
- 24
- 16
- 8
- 32

542 Какой из ниже перечисленных методов продажи товаров являются прогрессивными

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

543 На основе каких показателей составляется план товарооборота торгового предприятия?

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

544 По каким показателям определяется розничный товарооборот?

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

545 Что входит в состав оборотных средств торговли?

- Технологические сооружения и производственное оборудование
- Постоянное, измерительно-весовое, кассовое оборудование
- Здания, сооружения
- Товарные запасы, денежные средства, прочие активы
- Транспортные средства

546 Как влияет типизация торговой сети на предприятия розничной торговли?

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

547 Основные требования, предъявляемые к товароснабжению розничных торговых предприятий:

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

548 Управление покупательскими потоками:

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

549 Что такое варрант?

- Фьючерские сделки, торговые операции
- Складское свидетельство, торговые операции
- Торговые операции
- Складское свидетельство
- Фьючерские сделки

550 Как называется движение в защиту интересов потребителей?

- консьюмеризм
- биеннале
- дискламацию
- коллаж
- анперифиле

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

- брошюры
- газеты
- радио
- телевидение
- специальные издания

552 Потенциальная ёмкость рынка - это:

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

553 Консьюмеризм - это:

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

554 Что из перечисленных не относится к маркетинговой деятельности:

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

555 Потребительская цена товара - это:

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

556 Цель рекламной кампании заключается в:

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

557 Какие преимущества дает фирменный стиль его владельцу

- Положительно влияет на эстетический уровень и визуальную среду
- Позволяет фирме с меньшими затратами выводить на рынок свои новые товары
- Помогает потребителю ориентироваться в потоке информации

- Все вышеуказанные варианты верны
- Повышает эффективность рекламы, помогает достичь необходимого единства

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

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

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

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

560 Маркетинг-микс (комплекс маркетинга) включает в себя

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

561 При какой форме спроса использование рекламы предприятием считается неэффективным:

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

562 Цель рекламной кампании заключается в:

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

563 Задачи развития коммерческой работы на современном этапе

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

564 Организационно-правовые формы предприятий

- Полное товарищество, коммандитное товарищества, дочернее общество

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

565 Что составляет теоретическую основу коммерции:

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

566 Какова цель финансового отчета

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

567 Виды оптовых ярмарок

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

568 По каким признакам классифицируются оптовые ярмарки.

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

569 Какие методы применяются при оптовом складском обороте

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

570 Товародвижение - это:

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

571 Цель товародвижения заключается в :

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

572 Что означает формула Т-Д

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

573 Емкость рынка – это:

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

574 Качество жизни воспринимается:

- Какофициальноустановленная величина для каждого жителя региона
- Какофициальноустановленную для всего населения страны величину
- Всемиодинаково
- Каждым человеком индивидуально
- Какофициальноустановленная величина для каждого жителя страны

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

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

576 В настоящее время сфера услуг не играет роли:

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

- Развитие человеческого капитала

577 Наиболее близки понятия:

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

578 Услугам свойственна:

- Возможность перепродажи
 Сохраняемость
 Складируемость
 Неосвязаемость
 Определенность качества

579 К социальным услугам относится:

- Страховые
 Образовательные
 Инжиниринговые
 Банковские
 Ресторанные

580 Услуги-это:

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

581 Термин "услуга" ввел в научный оборот:

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

582 Какое из перечисленных свойств не присуще услугам?

- Неосвязаемость
 Невозможность перепродажи
 Недолговечность
 Качественная определенность
 Невозможность транспортировки традиционным способом

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

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

- Рестораны, гостиничные

584 Доля услуг в материальном производстве:

- Относительно уменьшается
 Остается неизменной
 Уменьшается
 Возрастает
 Остается стабильной

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

- Пяти критериев
 Трех критериев
 Одного критерия
 Двух критериев
 Четырех критериев

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

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

587 Классификация услуг не предусматривает такую цель, как:

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

588 В экономике Services в широком смысле это:

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

589 К классу потребительских услуг относятся:

- Благотворительные
 Инженеринг
 Бытовые
 Фрахт
 Консалтинг

590 Услуги начали вовлекаться в рыночный оборот:

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

В середине 20 века

591 Для рынка услуг характерно:

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

592 Рыночный оборот не поступают:

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

593 Ситуация "рынок производителя" приводит:

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

594 Аутсорсинг предполагает решение дилеммы:

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

595 Роль рынка услуг не состоит в том, чтобы:

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

596 Одной из особенностей рынка услуг является:

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

597 Рынок услуг характеризуется:

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

Ролью крупного бизнеса

598 Чисто частные блага:

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

599 Какое состояние рынка характеризует ситуацию "рынок потребителя":

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

600 Региональный рынок услуг не может быть:

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

601 648. Некоммерческой организацией как субъекту рынка услуг:

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

602 Наиболее широко на рынке услуг применяется конкурентная стратегия:

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

603 В число целей применения аутсорсинга не входит:

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

604 Товарный отчет представляет собой? (Закі: 1)

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

первичные документы о поступлении товаров

605 За счет правильного выбора транспорта можно ли рационализировать процесс товародвижения

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

606 Товароснабжение представляет собой?

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

607 В процесс товароснабжения включается?

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

608 Распространение политики ценовой дискриминации свидетельствует:

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

609 По ширине охвата аудитории выделяется реклама:

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

610 Заказчиком рекламы является:

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

611 Кто из участников рекламной деятельности инициирует рекламный процесс:

- Копирайтер.

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

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

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

613 Основной задачей увещательной рекламы является:

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

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

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

615 Размер "бегущей строки" не должен превышать:

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

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

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

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

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

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

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

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

620 Какая из перечисленных услуг выполняет социальную функцию ?

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

621 Какой из перечисленных услуг участвует в производстве материальных услуг?

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

622 Какой из перечисленных услуг участвует в производстве нематериальных услуг?

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

623 Какой из перечисленных услуг относится к инфраструктурному сектору услуг?

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

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

- образование.
- транспорт;

- наука;
- Торговля
- здравоохранение

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

- страхование;
- связь;
- Торговля
- образование.
- транспорт;

626 Какой из перечисленных услуг относится к производственному типу услуг ?

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

627 Какой из перечисленных услуг относится к распределительному типу услуг ?

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

628 Какой из перечисленных услуг относится к профессиональному типу услуг ?

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

629 Какой из перечисленных услуг относится к потребительскому типу услуг ?

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

630 Какой из перечисленных услуг относится к общественному типу услуг ?

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

631 Какой из перечисленных услуг относится к ориентированным на производство ?

- банковские услуги;
- образовательные услуги;

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

632 Какой из перечисленных услуг относится к ориентированным на общество ?

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

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

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

634 Какой из перечисленных услуг относится к услугам личного характера ?

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

635 Какие из перечисленных услуг направлены на человека?

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

636 Какие из перечисленных услуг направлены на физические объекты?

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

637 Какие из перечисленных услуг направлены на сознание человека?

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

638 Какие из перечисленных услуг основаны на обработке информации?

- охраны здоровья;
- реклама;

- отели ;
- юридические услуги
- пассажирские перевозки;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

651 Что из перечисленного не относится к функциональному качеству обслуживания?

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

652 Какие из перечисленных услуг относятся к профессиональным услугам?

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

653 Какие из перечисленных услуг относятся к общественным услугам?

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

654 Укажите основные факторы, влияющие на размещение розничной сети

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

655 Какие виды счетов не открывают организации в коммерческих банках?

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

656 Какие виды счетов не открывают организации в коммерческих банках?

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

657 Расчетные счета предназначены для

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

658 Расчетные счета используются организациями для

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

659 Текущие счета открывают для

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

660 Текущие счета открывают для

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

661 Специальные счета используются для

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

662 Банковский маркетинг не изучает:

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

663 Принципами маркетинга являются:

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

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

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

665 Факторами микросреды функционирования банка являются:

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

666 Банк успешно может функционировать, имея информацию:

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

667 Утверждение соответствующее современной концепции маркетинга:

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

668 Методы управления активами раскрываются в теории:

- управления доходами
- перемещения активов
- коммерческих ссуд
- управления ликвидностью
- ожидаемого дохода

669 Важнейшей экономической целью деятельности банка является удовлетворение интересов:

- посредников
- партнеров
- клиентов
- собственников
- кредиторов

670 Оценка доходности банка осуществляется на основе:

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

671 В основе первого методологического подхода к структурированию экономики лежит дихотомия:

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

672 Пятисекторная модель экономики была предложена:

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

673 Границы сферы услуг:

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

674 Добывающие отрасли экономики относятся:

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

675 Д. Белл предложил модель экономики:

- Четырехсекторную
- Двухполюсную
- Трехсекторную
- Пятисекторную
- Двухсекторную

676 Ко вторичному сектору экономики относится :

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

677 К какому сектору экономики относится сфера услуг?

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

678 Первичный сектор экономики характеризуется:

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