

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
Б1.Б.13 Коммерческая деятельность**

Направление подготовки (специальность) 38.03.06. «Торговое дело»

Профиль подготовки (специализация) Коммерция в АПК

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Наименование и содержание компетенции

ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (комерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления.

Знать: техническую документацию, необходимую для коммерческой деятельности и правильность оформления технической документации.

Этап 1: техническую документацию, необходимую для коммерческой деятельности;

Этап 2: проверять правильность оформления технической документации

Уметь: работать с технической документацией, необходимой для коммерческой деятельности и проверять правильность ее оформления.

Этап 1: работать с технической документацией, необходимой для коммерческой деятельности;

Этап 2: проверять правильность ее оформления

Владеть: навыками работы с технической документацией, необходимой для коммерческой деятельности и проверки правильности оформления технической документации.

Этап 1: навыками работы с технической документацией, необходимой для коммерческой деятельности

Этап 2: проверки правильности оформления технической документации

Наименование и содержание компетенции

ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

Знать: требования к составлению и заключению договоров и методы контроля выполнения договоров.

Этап 1: требования к составлению и заключению договоров;

Этап 2: методы контроля выполнения договоров

Уметь: составлять и заключать договора и применять методы контроля выполнения договоров.

Этап 1: составлять и заключать

Этап 2: применять методы контроля выполнения договоров

Владеть: составления и заключения договоров и применения методов контроля выполнения договоров.

Этап 1: составления и заключения договоров

Этап 2: применения методов контроля выполнения договоров

Наименование и содержание компетенции

ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

Знать: принципы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий и правила закупки и продажи товаров.

Этап 1: принципы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий

Этап 2: правила закупки и продажи товаров

Уметь: выбирать средства организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий и применять правила закупки и продажи товаров

Этап 1: выбирать средства организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий

Этап 2: применять правила закупки и продажи товаров

Владеть: навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий и навыками закупки и продажи товаров.

Этап 1: навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий

Этап 2: навыками закупки и продажи товаров

Наименование и содержание компетенции

ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (комерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Знать: специальную терминологию и инновационные методы коммерческой деятельности.

Этап 1: специальную терминологию

Этап 2: инновационные методы коммерческой деятельности

Уметь: применять специальную терминологию и применять инновационные методы коммерческой деятельности.

Этап 1: применять специальную терминологию

Этап 2: применять инновационные методы коммерческой деятельности.

Владеть: специальной терминологией и инновационными методами коммерческой деятельности.

Этап 1: специальной терминологией

Этап 2: инновационными методами коммерческой деятельности

2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Таблица 1 - Показатели и критерии оценивания компетенций на 1 этапе

Наименование компетенции	Критерии сформированности компетенции	Показатели	Способы оценки
		1	2
ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (комерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления.	Развить готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (комерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления.	- техническую документацию, необходимую для коммерческой деятельности; - работать с технической документацией, необходимой для коммерческой деятельности; - навыками работы с технической документацией, необходимой для коммерческой деятельности;	1. Устный опрос 2.Практические задания 3.Тестирование
ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора	Развить способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора	- требованияния к составлению и заключению договоров; - составлять и заключать	1. Устный опрос 2.Практические задания 3.Тестирование

и контролировать их выполнение	и контролировать их выполнение	- составления и заключения договоров	
ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Развить способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	- принципы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий; - выбирать средства организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий; - навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий.	1. Устный опрос 2.Практические задания 3.Тестирование
ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Развить способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	- специальную терминологию; - применять специальную терминологию; - специальной терминологией.	1. Устный опрос 2.Практические задания 3.Тестирование

Таблица 2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на 2 этапе

Наименование компетенции	Критерии сформированности компетенции	Показатели	Способы оценки
1	2	3	4
ОПК-5: готовностью работать с технической	Развить готовность работать с технической	- правильность оформления технической	1. Устный опрос 2.Практические задания

документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления.	документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления.	документации; - проверять правильность ее оформления; - проверки правильности оформления технической документации	3. Тестирование
ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	Развить способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	- методы контроля выполнения договоров; - применять методы контроля выполнения договоров; - применения методов контроля выполнения договоров	1. Устный опрос 2. Практические задания 3. Тестирование
ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Развить способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	- правила закупки и продажи товаров; применять правила закупки и продажи товаров; - навыками закупки и продажи товаров.	1. Устный опрос 2. Практические задания 3. Тестирование
ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Развить способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	- инновационные методы коммерческой деятельности; - применять инновационные методы коммерческой деятельности; - инновационными методами коммерческой деятельности.	1. Устный опрос 2. Практические задания 3. Тестирование

3. Шкала оценивания.

Университет использует систему оценок соответствующего государственным регламентам в сфере образования и позволяющую обеспечивать интеграцию в международное образовательное пространство. Система оценок и описание систем оценок представлены в таблицах 3 и 4.

Таблица 3 - Система оценок

Диапазон оценки, в баллах	Экзамен		Зачет
	европейская шкала (ECTS)	традиционная шкала	
[95;100]	A – (5+)	отлично – (5) хорошо – (4) удовлетворительно – (3) неудовлетворительно – (2)	зачтено
[85;95)	B – (5)		
[70,85)	C – (4)		
[60;70)	D – (3+)		незачтено
[50;60)	E – (3)		
[33,3;50)	FX – (2+)		
[0;33,3)	F – (2)		

Таблица 4 - Описание системы оценок

ECTS	Описание оценок	Традиционная шкала
A	Превосходно – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.	отлично (зачтено)
B	Отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.	
C	Хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено максимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.	хорошо (зачтено)

D	Удовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.	удовлетворительно (зачтено)
E	Посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	удовлетворительно (незачтено)
FX	Условно неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.	неудовлетворительно (незачтено)
F	Безусловно неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.	неудовлетворительно (незачтено)

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 5 - Код и наименование компетенции. Этап 1
ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления

Наименование	Формулировка типового контрольного задания или иного
--------------	--

знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: техническую документацию, необходимую для коммерческой деятельности.	<p>1. Сущность директивного стиля управления: +а) иерархическая структура, воздействие на работников осуществляется принудительными мерами путем контроля; б) обеспечение самоконтроля в ходе выполнения заданий; в) повышение риска принятия ошибочных решений; г) стиль управления порождает напряжение в коллективе и препятствует сотрудничеству.</p> <p>2. Сущность демократического стиля управления: +а) выработка и принятие решений осуществляются руководителем; б) развитие ответственности и самоутверждения исполнителей; в) возникновение препятствий к сотрудничеству; г) исполнители знают круг своих обязанностей.</p> <p>3. Типы организационной структуры торгового предприятия: а) линейная; б) функциональная; в) линейно-функциональная; +г) линейная, функциональная, линейно-функциональная и др.</p> <p>4. Линейная организация торгового предприятия: +а) распределение полномочий идет сверху вниз; б) шахтный принцип построения управлеченческого процесса по основным функциям; в) создается группа специалистов, так называемый штаб; г) создается оперативно-аналитический отдел.</p>
Уметь: работать с технической документацией, необходимой для коммерческой деятельности.	<p>5. Линейно-функциональная структура управления коммерческой деятельностью торгового предприятия: +а) шахтный принцип построения управлеченческого процесса по основным функциям; б) управление по отдельным функциям (маркетинг, финансы, сбыт, кадры); в) создается группа специалистов, так называемый штаб г) создается оперативно-аналитический отдел</p> <p>6. Особенности функционирования торговых предприятий в условиях рыночной системы; а) свободная хозяйственная деятельность торговых предприятий различных форм собственности; б) конкуренция в сфере производства и реализации товаров; +г) наличие предпринимательства, конкуренция, удовлетворение спроса покупателей,;</p> <p>7. Продукт управленческого труда: +а) управленческие действия и решения б) состав, содержание и условия внутренней среды торгового предприятия в) определение факторов, влияющих на трудовую деятельность</p>

	<p>г) нет правильных ответов;</p> <p>8. Предмет управлеченческого труда:</p> <p>+а) управленческие действия и решения,</p> <p>б) состав, содержание и условия внутренней среды торгового предприятия;</p> <p>в) постепенное развитие демократизации трудовых коллективов;</p> <p>г) структурные службы, подразделения</p>
Владеть: навыками работы с технической документацией, необходимой для коммерческой деятельности.	<p>9. Адаптация исполнителей к новым условиям работы:</p> <p>+а) приспособление работников и торгового предприятия к новым условиям</p> <p>б) формирование понимание их собственной роли в общем производственном процессе</p> <p>в) персонал расценивается как главный ресурс торгового предприятия</p> <p>г) личностные качества работника</p> <p>10. Факторы, влияющие на адаптацию исполнителей к новым условиям работы:</p> <p>а) престиж и привлекательность работы</p> <p>б) личностные качества работника</p> <p>в) социально-психологическая атмосфера в коллективе</p> <p>+г) все ответы верны</p> <p>11. Роль квалификации и образовательного уровня торгового работника в коммерческой деятельности торгового предприятия:</p> <p>+а) принятие обдуманных решений, нацелены на получение конкретных результатов, изобретательны, энергичны;</p> <p>б) наличие отработанного механизма внедрения нововведений</p> <p>в) ответственность за обеспеченность и стабильность продвижения и продажи товаров покупателям</p> <p>г) восприимчивы к нововведениям и готовы рисковать</p> <p>12. Поощрительные меры за результаты работы торгового работника:</p> <p>+а) выплаты социального характера</p> <p>б) премии, награды;</p> <p>в) увеличение рабочих часов;</p> <p>г) социальные выплаты</p>

ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: требования к составлению и заключению договоров.	<p>1. Дивизиональная организационная структура +а) деление организации на элементы и блоки по видам товаров или услуг; б) сочетание вертикально-линейные и функциональные связи; в) распределение полномочий идет сверху вниз; г) высшее звено руководителей в значительной мере освобождается от второстепенных функций</p> <p>2. Матричная структура управления: +а) сочетание вертикально-линейные и функциональные связи с горизонтальными б) распределение полномочий идет сверху вниз в) шахтный принцип построения управленческого процесса по основным функциям г) персонал функциональных подразделений обязан выполнять указания руководителей</p> <p>3. Организационная структура торгового предприятия со средним товарооборотом и неширокой номенклатурой товаров: а) матричная; б) линейно-штабная; +в) линейная; г) функциональная</p> <p>4. Организационная структура торгового предприятия с большим объемом реализации продовольственных товаров: +а) состоит из трех взаимосвязанных уровней: ; б) линейно-функциональная; в) линейно-штабная; г) дивизиональная</p>
Уметь: составлять и заключать.	<p>5. Функциональное управление коммерческой деятельностью торгового предприятия: +а) планирование, организация, учет, контроль, экономический анализ, прогнозирование; б) распределение полномочий идет сверху вниз в) создается группа специалистов, так называемый штаб, или оперативно-аналитический отдел г) экономический анализ показателей коммерческой деятельности. прогнозирование спроса и продаж</p> <p>6. Признаки деловых качеств работников управления: а) организаторские способности б) должное выполнение служебных обязанностей в) профессионализм</p>

	<p>+г) все ответы верны</p> <p>7. Деловые качества коммерсанта-предпринимателя:</p> <ul style="list-style-type: none"> +а) умение принимать правильные коммерческие решения б) знание иностранных языков в) культура общения г) профессионал, умеющий принимать правильные коммерческие решения; <p>8. Элементы социальной среды торгового предприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) условия и охрана труда б) ресурсы и потенциал в) социальная защита +г) социальным принято называть все;
Владеть: оставление и заключение договоров.	<p>1. Особенности функционирования торговых предприятий в условиях рыночной системы;</p> <ul style="list-style-type: none"> а) свободная хозяйственная деятельность торговых предприятий различных форм собственности; б) конкуренция в сфере производства и реализации товаров; в) ориентация товарной политики на спрос и предложение; +г) наличие предпринимательства, конкуренция, удовлетворение спроса покупателей, <p>2. Факторы внешней среды, влияющие на развитие коммерческой деятельности торгового предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> +а) экономические тенденции, социальная среда, покупатели и поставщики товаров и др.; б) социальная среда; в) покупатели и поставщики товаров; г) экономические тенденции <p>3. Факторы внутренней среды торгового предприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> +а) производственные, технические, финансовые и кадровые ресурсы; б) технические; в) финансовые; г) кадровые ресурсы <p>4. Цель коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях развитого рынка:</p> <ul style="list-style-type: none"> +а) рост прибыли от продажи товаров; б) образование среднего класса населения; в) динамичность рынка; г) темпы торговли; <p>.</p>

ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

Наименование знаний, умений, навыков и (или)	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
--	--

опыта деятельности	<p>Знать: принципы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий;</p> <p>1. Миссия коммерческой деятельности торгового предприятия в условиях рынка: +а) формирование коммерческой политики, комплексный подход к коммерческой работе, управление куплей продажей, учет издержек, развитие рынков товаров, адаптация коммерции к изменениям окружающей среды; б) управление куплей-продажей товаров на коммерческой основе; в) учет издержек, связанных с коммерческой деятельностью; г) развитие рынков товаров, адаптация коммерции к изменениям окружающей среды</p> <p>2. Цель коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях развитого рынка: +а) рост прибыли от продажи товаров; б) образование среднего класса населения; в) динамичность рынка; г) темпы торговли</p> <p>3. Цель коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях формирующегося рынка: +а) увеличение доли рынка и минимизация издержек обращения товаров и др.; б) изучение и анализ источников закупки товаров; в) согласование связи производства с потреблением товаров; г) осуществление купли-продажи товаров с учетом рыночной среды</p> <p>4. Принципы построения коммерческой деятельности в условиях рынка: а) полная самостоятельность и равноправие субъектов рынка; б) приспособляемость коммерческих функций к ситуационным изменениям рынка; в) ответственность за выполнение взятых обязательств перед партнерами по купле-продаже товаров; г) взаимодействие коммерции с маркетингом и менеджментом; + д) все ответы верны</p>
Уметь: выбирать средства организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий;	<p>1.Кто имеет право заключать сделки в товариществе и выступать от его имени? а) партнеры; +б) полные товарищи; в) коммандитисты, партнеры; г) ответ Аи Б;</p> <p>2. Функции процесса управления коммерческой деятельностью: +а) планирование, организация; б) воздействие; в) обеспечение; г) планирование и прогнозирование</p> <p>3. Роль квалификации и образовательного уровня торгового работника в коммерческой деятельности торгового предприятия: +а) принятие обдуманных решений, нацелены на получение конкретных результатов, изобретательны, энергичны;</p>

	<p>б) наличие отработанного механизма внедрения нововведений в) ответственность за обеспеченность и стабильность продвижения и продажи товаров покупателям г) восприимчивы к нововведениям и готовы рисковать</p> <p>4. Деловые качества коммерсанта-предпринимателя: +а) умение принимать правильные коммерческие решения б) знание иностранных языков в) культура общения г) профессионал, умеющий принимать правильные коммерческие решения;</p>
Владеть: навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий.	<p>1. Поощрительные меры за результаты работы торгового работника: +а) выплаты социального характера б) премии, награды; в) увеличение рабочих часов; г) социальные выплаты</p> <p>2. Источники дохода дистрибуторов: +а) наценки, скидки; б) товар; в) скидки; г) сохранность товара.</p> <p>3. Факторы, влияющие на адаптацию исполнителей к новым условиям работы: а) престиж и привлекательность работы; б) личностные качества работника; в) социально-психологическая атмосфера в коллективе; +г) ответы а, б, в.</p> <p>4. Адаптация исполнителей к новым условиям работы: +а) приспособление работников и торгового предприятия к новым условиям; б) формирование понимание их собственной роли в общем производственном процессе; в) персонал расценивается как главный ресурс торгового предприятия; г) личностные качества работника.</p>

ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: специальную терминологию	<p>1. Сущность концепции продукции в современных условиях: +а) обновляемость, полезность, надежность и др. б) стратегия обновления продукции;</p>

	<p>в) выявление позиций конкурентов; г) современные требования к качеству товаров.</p> <p>2. Укажите состав нормативных показателей продовольственных товаров:</p> <p>+а) б, в, г;. б) размеры; в) состав и соотношение компонентов; г) допускаемые отклонения.</p> <p>3. Укажите показатели химического состава продовольственных товаров:</p> <p>+а) углеводы, белки, жиры, глюкоза и др.; б) глюкоза, белки; в) минеральные вещества, белки; г) белки, углеводороды.</p> <p>4. Укажите физические свойства продовольственных товаров:</p> <p>+а) однородность продукта, регламентируемая масса; б) внешний вид; в) углеводы; г) витамины.</p>
Уметь: применять специальную терминологию	<p>1 Показатели характеризующие безопасность потребления продукции (экологические):</p> <p>+а) нитраты, пестициды, радионуклиды; б) пестициды; в) тяжелые минералы; г) нитраты.</p> <p>2. Понятие «сохраняемость» продовольственных товаров:</p> <p>а) категория (стандартные, нестандартные); б) отходы; в) убыль; +г) категория, отходы, убыль;</p> <p>3. Показатели, характеризующие технологические свойства продовольственных товаров:</p> <p>а) цвет; б) вкус; в) консистенция; +г) цвет, вкус, консистенция, содержание отходов.</p> <p>4. Показатели, характеризующие транспортабельность продовольственных товаров:</p> <p>+а) физико-механические повреждения; б) убыль; в) цвет; г) вкус.</p>
Владеть: специальной терминологией.	<p>1. Гарантийный срок товара, а также срок его службы исчисляются со дня :</p> <p>а) передачи товара потребителю;</p>

	<p>б) появления его в магазине; + в) верно только А; г) верно только Б</p> <p>2. Какие факторы влияют на величину валового дохода? + а) закупочная деятельность, ассортиментная структура товарооборота; б) содержание складских и торговых помещений; в) ассортиментная структура товарооборота, суммарная торговая надбавка; г) все варианты верны</p> <p>3. Какие затраты относят к издержкам обращения? + а) все затраты, вызванные куплей-продажей и доведением товаров до потребителя; б) транспортирование товаров; в) заработка плата персонала; г) содержание складских и торговых помещений</p> <p>4. Документ, удостоверяющий качество продовольственных и непродовольственных товаров это: а) счет-фактура б) коммерческий акт +в) сертификат соответствия г) договор-поставки</p>
--	--

Таблица 6 - Код и наименование компетенции. Этап 2

ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: правильность оформления технической документации	<p>1. В программах развития торговли определяются: а) цели, задачи и ожидаемые результаты развития торговли; б) объем и источники финансирования мероприятий; в) верно только А; +г) верно А, и Б</p> <p>2. Что можно отнести к показателям эффективности реализации программ развития торговли? +а) повышение доступности товаров для населения, формирование торговой инфраструктуры; б) наличие широкого ассортимента товаров; в) товары размещены в супермаркетах; г) наличие нестационарных торговых объектов</p> <p>3. Роль бизнес-плана для инвестиционных проектов: +а) разработка, обеспечивает оценку инвестиционных проектов; б) устанавливается целесообразность их выполнения работ; в) обеспечение качественной работы на предприятие; г) для определения срока окупаемости капитальных вложений.</p>

	<p>4. Показатели, используемые для оценки эффективности инвестиционных проектов:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) чистый приведенный доход; б) коэффициент доходности; в) нормы доходности; +г) сумма прибыли. <p>.</p>
Уметь: проверять правильность ее оформления	<p>1. Будущая стоимость» инвестиционного проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> +а) определение будущей стоимости денежных средств б) разница инвестируемых средств; в) сумма инвестируемых средств; г) процентная ставка; <p>2. Этапы формирования процесса инвестирования торгового предприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> +а) реконструкция, модернизация, новое строительство и др. б) разработка бизнес-плана; в) реализация сформированной инвестиционной программы; г) с учетом предусмотренных финансовых ресурсов формируется портфель; <p>3. Инвестиции:</p> <ul style="list-style-type: none"> +а) вложение капитала в развитие материально-технической базы торгового предприятия; б) расширение воспроизводственного процесса торгового предприятия; в) частный капитал, вкладываемый в другие предприятия; г) прирост ценностей капитального имущества в результате производственной деятельности данного периода. <p>4. Лизинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> +а) арендовать, сдавать внаем; б) способ арендных отношений; в) специфическая форма взаимоотношений партнеров; г) специфический способ кредитования. <p>.</p>
Владеть: проверки правильности оформления технической документации	<p>1. Процентная ставка в инвестиционном понятии:</p> <ul style="list-style-type: none"> +а) применяется как измеритель доходности инвестиций торгового предприятия; б) сумма инвестируемых в настоящий момент средств; в) разница инвестируемых в настоящий момент средств; г) размер процентных ставок по кредитам банков. <p>2. Обязательные элементы лизингового договора:</p> <ul style="list-style-type: none"> +а) данные, позволяющие определенно установить имущество, подлежащее передаче лизингополучателю; б) договор купли-продажи; в) договор о привлечении денежных средств; г) договор залога, договор гарантии и др. <p>3. Факторинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) торги-ко-комиссионная операция, связанная с одновременным кредитованием оборотного капитала клиента;

	<p>б) покупка фактор-фирмой у клиента-поставщика неоплаченных платежных требований за товары, а, следовательно, и права получения платежа по ним;</p> <p>в) взыскание дебиторской задолженности покупателя;</p> <p>+г) ответы: а, б, в.</p> <p>3. Цели использования результата анализа инвестиционной активности торгового предприятия:</p> <p>а) определяются: стадии завершенности ранее принятых к освоению инвестиционных проектов;</p> <p>+б) стадии завершенности принятых к освоению инвестиционных проектов,</p> <p>в) потребность в финансовых ресурсах по незавершенным объектам и др.;</p> <p>г) разработка бизнес плана.</p> <p>4. Финансовый аспект образования инвестируемого капитала:</p> <p>а) применяется предприятием для финансирования текущих расходов и инвестиций;</p> <p>б) вложения в уставный капитал хозяйствующего субъекта;</p> <p>в) совокупность собранных воедино различных инвестиционных ценностей;</p> <p>+г) собственные финансовые средства, кредиты;</p>
--	--

ПК-6: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: методы контроля выполнения договоров	<p>1. Ответственность правообладателя по предъявляемым к пользователю требованиям о несоответствии качества товара, работ, услуг:</p> <p>а) субсидарная ответственность по предъявляемым к пользователю требованиям о несоответствии качества товаров, продаваемых пользователем по договору;</p> <p>б) солидарная ответственность;</p> <p>в) по требованиям, предъявляемым к пользователю как изготовителю продукции правообладателя, правообладатель отвечает солидарно с пользователем;</p> <p>+г) ответы: а, б, в.</p> <p>2. Меры по защите и сохранению коммерческой информации, применяемые в зарубежных фирмах:</p> <p>а) уголовная ответственность за неразглашение;</p> <p>б) штраф, привлечение ответственности;</p> <p>в) административная ответственность;</p> <p>+ г) расстановка и воспитание кадров.</p> <p>3. Правила в торговом предприятии при работе с документами, представляющими коммерческую тайну:</p> <p>а) запугивание работников организации о распространении коммерческой тайны;</p> <p>б) строгий контроль за допуском работников к документации;</p>

	<p>+ в) назначение лиц ответственных за делопроизводство;</p> <p>г) внедрение автоматизированной технологии защиты коммерческих сведений.</p> <p>4. С какой целью делится информация, содержащая коммерческую тайну между исполнителями?</p> <p>+а) в целях исключения утечки коммерческой тайны;</p> <p>б) стимулирование и поощрение исполнителей;</p> <p>в) строгий контроль за допуском работников к служебной информации;</p> <p>г) строгий контроль за допуском работников к служебной документации.</p>
Уметь: применять методы контроля выполнения договоров	<p>1. Правовая охрана товарного знака:</p> <p>а) товарный знак должен быть зарегистрирован на имя юридического или физического лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность;</p> <p>б) обладатель исключительного права на товарный знак может использовать товарный знак и запрещать использование товарного знака другим лицам;</p> <p>в) наличие специального свидетельства;</p> <p>+г) все правовые положения по товарным знакам приведены в ч. IV ГК РФ.</p> <p>2. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка:</p> <p>а) экстраполяции;</p> <p>б) экспертных оценок;</p> <p>в) математического моделирования;</p> <p>+г) ответы а, б, в.</p> <p>3. Социально-демографическая информация:</p> <p>+а) характеризует контингент покупателей;</p> <p>б) данные о потребностях и покупательной способности;</p> <p>в) характеризует мотивы приобретения товаров;</p> <p>г) национальные особенности.</p> <p>4. Динамика спроса при снижении цены на товар:</p> <p>+ а) товар становится более доступным;</p> <p>б) число потребителей товара растет с объемом продаваемого товара;</p> <p>в) товар больше покупается;</p> <p>г) увеличивается производство данного товара</p> <p>.</p>
Владеть: применения методов контроля выполнения договоров	<p>1. Рыночный механизм взаимодействия спроса и предложения при краткосрочном периоде:</p> <p>а) увеличится цена;</p> <p>+б) увеличится спрос на данный товар;</p> <p>в) увеличится выпуск товара;</p> <p>г) уменьшится спрос на данный товар.</p> <p>2. Методы прогнозирования рыночного спроса:</p> <p>+а) экстраполяция временных рядов, метод скользящей средней;</p> <p>б) метод скользящей средней;</p>

	<p>в) метод наименьших квадратов;</p> <p>г) экстраполяция временных рядов.</p> <p>3. Цель использования корреляционного и регрессионный анализы при прогнозировании спроса:</p> <p>а) позволяют отобрать факторы, оказывающие сильное воздействие на спрос;</p> <p>б) прогнозирование спроса;</p> <p>в) отражают тенденцию зависимости спроса;</p> <p>+г) определить факторы, оказывающие наиболее сильные воздействия на спрос.</p> <p>4. Методы экспертных оценок, используемые при прогнозировании спроса:</p> <p>а) компромиссная оценка;</p> <p>б) взвешенное решение задачи;</p> <p>+в) индивидуальный опрос эксперта;</p> <p>г) коллективное обсуждение и повторные пересмотр оценок.</p>
--	--

ПК-7: способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности
Знать: правила закупки и продажи товаров	<p>1. Сущность информационного обеспечения коммерческой деятельностью:</p> <p>+а) получение, передачу, обработку, накопление и реализацию выходной информации; информация;</p> <p>б) язык важнейший элемент в управлении коммерческой деятельностью торгового предприятия;</p> <p>в) техника важнейший элемент в управлении коммерческой деятельностью торгового предприятия;</p> <p>г) важнейший элемент в управлении коммерческой деятельности</p> <p>2. Источники исходной информации:</p> <p>а) маркетинговые исследования;</p> <p>б) официальная статистика;</p> <p>в) законы , регламентирующие акты;</p> <p>+г) средства массовой информации.</p> <p>3. Средства массовой информации:</p> <p>+а) законодательные и правительственные материалы;</p> <p>б) официальная государственная статистика;</p> <p>в) специализированные информационные агентства;</p> <p>г) отраслевые журналы.</p> <p>4. Информационная система:</p> <p>а) материальная система, организующая, хранящая и преобразующая информацию;</p> <p>+б) вся функционирующая информация интегрируется в единую информационную базу;</p> <p>в) это организационно упорядоченная совокупность документов и информационных технологий;</p> <p>г) разрозненные потоки и блоки объединяются в единый</p>

	информационный массив
Уметь: применять правила закупки и продажи товаров	<p>1. Требования, предъявляемые к качеству информации:</p> <p>+а) достоверность, надежность;</p> <p>б) оперативность;</p> <p>в) комплектность;</p> <p>г) систематичность.</p> <p>2. Средства сбора информации:</p> <p>а) газеты;</p> <p>б) журналы;</p> <p>в) СМИ;</p> <p>+г) регистраторы исходных данных</p> <p>3. Средства накопления и обработки информации:</p> <p>+ а) компьютеры;</p> <p>б) бумажные накопители ;</p> <p>в) слова рассказчиков;</p> <p>г) нет правильного ответа.</p> <p>4. Средства выдачи информации:</p> <p>+ а) видеотерминалы, печатающие устройства, дисплеи;</p> <p>б) микро ЭВМ;</p> <p>в) записывающие устройства;</p> <p>г) видеоматериалы.</p>
Владеть: навыками закупки и продажи товаров	<p>1. Источники исходной информации о состоянии потребительского рынка:</p> <p>+а) официальная государственная статистика;</p> <p>б) отраслевая и ведомственная статистика;</p> <p>в) панельные обследования;</p> <p>г) государственная и ведомственная статистика.</p> <p>2. Панельные обследования:</p> <p>+а) периодическое опрашивание потребителей для установления динамики;</p> <p>б) отражают динамику рынка;</p> <p>в) вспомогательная функция;</p> <p>г) личная беседа.</p> <p>3. Опросы потребителей:</p> <p>+а) путем интервьюирования.;</p> <p>б) анкетирования;</p> <p>в) опросов;</p> <p>г) нет правильного ответа.</p> <p>4. Тестирование:</p> <p>+а) метод социально-психологического изучения поведения потребителей;</p> <p>б) точка зрения специалистов;</p> <p>в) анкетирование;</p> <p>г) анкетирование и точка зрения специалистов.</p>

ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (комерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

<p>Наименование знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности</p>	<p>Формулировка типового контрольного задания или иного материала, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности</p>
<p>Знать: инновационные методы коммерческой деятельности</p>	<p>1. Коммерческие операции, осуществляемые на складе торгового предприятия: + а) прием и контроль поставленных товаров, размещение товаров, обеспечение правил хранения товаров; б) поступившие товары на склад проверяется их состояние, количество и качество; в) обеспечение технологического процесса по содержанию и хранению товаров; г) закрепление за группами и подгруппами однородного признака постоянных мест нахождения.</p> <p>2. Управление размерами товарных запасов торгового предприятия: +а) комплекс мер, обеспечивающих поддержание товарных запасов в нормативных размерах; б) отпуск и подача товаров к местам продажи; в) поступившие товары на склад проверяется их состояние, количество и качество; г) учет движения товарно-материальных средств.</p> <p>3. Основные операции в торгово-технологическом процессе: + а) операции с товарами до предложения их покупателям, непосредственного обслуживания покупателей; б) операции непосредственного обслуживания покупателей; в) дополнительные операции по обслуживанию покупателей; г) предложение товаров покупателям.</p> <p>4. Расходы включаемые на затраты по товарам: а) закупочная цена, издержки обращения: б) издержки обращения, вспомогательные расходы: +в) закупочная цена, издержки обращения, вспомогательные расходы; г) издержки обращения.</p>
<p>Уметь: применять инновационные методы коммерческой деятельности</p>	<p>1. Договор купли - продажи: +а) одна сторона обязуется передать товар в собственность другой стороне, которая обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму; б) о возмездной передаче имущества в пользование; в) о безвозмездной передаче имущества в собственность; г) о возмездной передаче имущества в собственность</p> <p>2. Затраты учитываемые в этапах обращения товаров: а) охранные мероприятия, выплачиваемые штрафы; + б) дополнительное привлечение транспорта, охранные мероприятия, выплачиваемые штрафы;</p>

	<p>в) дополнительное привлечение транспорта, охранные мероприятия;</p> <p>г) выплачиваемые штрафы.</p> <p>3. Расходы включаемые на затраты по товарам:</p> <p>а) закупочная цена, издержки обращения;</p> <p>б) издержки обращения, вспомогательные расходы:</p> <p>+в) закупочная цена, издержки обращения, вспомогательные расходы;</p> <p>г) издержки обращения.</p> <p>4. Порядок заключения договоров:</p> <p>+а) предложение стороны о заключении договора, анализ предложения, встреча сторон, подписание договора;</p> <p>б) просмотр предложения сторон, предложение одной стороны о заключении договора, анализ предложения;</p> <p>в) встреча сторон, предложение стороны о заключении договора, анализ предложения;</p> <p>г) подписание договоров, предложение стороны о заключении договора, анализ предложения</p>
Владеть: инновационными методами коммерческой деятельности	<p>1. Какие проводятся операции связанные с отпуском товаров со склада?</p> <p>+ а) отпуск и подача товаров к местам продажи (розничная торговля);</p> <p>+ б) отправка укомплектованных партий товаров (оптовая торговля);</p> <p>в) отпуск и подача товаров к местам продажи;</p> <p>г) отправка поштучных товаров</p> <p>2. На какие товары устанавливается срок годности?</p> <p>а) промышленные товары;</p> <p>+б) медикаменты, пищевые продукты;</p> <p>в) изделия из стекла;</p> <p>г) все ответы верны</p> <p>3. Информация об изготовителе (продавце) должна содержать:</p> <p>+а) фирменное наименование или наименование;</p> <p>+б) место его нахождения (адрес), режим работы, номер и срок действия лицензии;</p> <p>в) режим работы;</p> <p>г) номер лицензии</p> <p>4. Общая экономическая рентабельность рассчитывается по формуле:</p> <p>+) $P_0 = \Pi / T \times 100$;</p> <p>б) $P_0 = \Pi / T$;</p> <p>в) $T \times 100$;</p> <p>г) T/K.</p>

5. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

5.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

5.1.1. Раздел 1 Методологические основы коммерческой деятельности

6.1.1.1. Контрольные вопросы

1. Перечислите главные признаки рынка товаров.
2. Какова роль товарного рынка в народном хозяйстве?
3. Назовите основные элементы модели товарного рынка и их взаимозависимость.
4. Дайте характеристику товара как объекта коммерческой деятельности: по свойствам, классификации, признакам спроса и предложения, требованиям потребителей.
5. Назовите периоды и этапы развития коммерческого предпринимательства в России, его формы и элементы инфраструктуры.
6. Коммерция и предпринимательство в условиях рыночной экономики зарубежных стран.
7. Дайте определение сущности коммерческой деятельности исходя из комплексного подхода к данной рыночной категории.
8. Назовите факторы внешней среды, влияющие на развитие коммерческой деятельности торгового предприятия.
9. От каких факторов внутренней среды торгового предприятия зависит уровень его коммерческой деятельности?
10. Назовите принципы построения коммерческой деятельности торгового предприятия при рыночных условиях рынка.
11. Назовите структуру коммерческой деятельности: объекты, субъекты и инфраструктура рынка, базис и функции.
12. Назовите свойства и характеристики коммерческой деятельности как системы.
13. В чем заключается взаимодействие коммерции с экономикой, коммерческим правом, маркетингом, менеджментом и товароведением в деятельности торгового предприятия?
14. Перечислите основные организационно-экономические аспекты развития торговых предприятий в условиях рынка.
15. Назовите объективные предпосылки для качественного развития торговых предприятий в современный период.
16. Какое значение имеет форма собственности в условиях формирования рыночных отношений.

17. Укажите особенности функционирования различных форм собственности в рыночной экономике, в частности в торговле.
18. Почему предпринимателю коммерсанту необходимо знать организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий?
19. Как определить финансовую надежность открытого и закрытого акционерного общества?
20. Какова роль розничной и оптовой торговли в сфере обращения товаров?
21. Какие виды предприятий составляют розничную торговую сеть?
22. Рассмотрите классификацию оптовых торговых предприятий в зависимости от следующих признаков: форма собственности, предназначность, сфера территориального обслуживания, товарно-торговый профиль.
23. Прогнозирование спроса потребителей.

5.1.1.2. Задания для проведения текущего контроля успеваемости (Тесты)

1. Объекты коммерческой деятельности:

- а) товары, услуги;
- б) процессы;
- в) услуги.

2. Субъекты коммерческой деятельности:

- а) предприниматели, поставщики, наемные работники;
- б) поставщики;
- в) наемные работники;
- д) потребители.

3. Инфраструктура рынка:

- а) банки, биржи, ярмарки, контролирующие органы, страховые компании;
- б) биржи;
- в) ярмарки;
- г) контролирующие органы;
- д) страховые компании.

4. Базис коммерческой деятельности:

- а) материально-техническая база, капитал, информационно-компьютерное обеспечение;
- б) капитал;
- в) информационно-компьютерное обеспечение;
- г) материально-техническая база.

5. Функции коммерческой деятельности:

- а) коммерческие сделки и договоры, товарно-денежный обмен, коммерческие процессы и действия;
- б) товарно-денежный обмен;
- в) коммерческие процессы и действия;
- г) коммерческие сделки.

6. Свойства коммерческой деятельности как системы:

- а) взаимодействие и целостность, связи, организация;
- б) связи;
- в) организация;
- г) целостность.

7. Характеристики коммерческой деятельности как системы:

- а) вход, процесс, выход;
- б) процесс;
- в) выход;
- г) вход.

8. Взаимодействие коммерции с экономикой:

- а) анализ, планирование, оценка;
- б) планирование;
- в) оценка;
- г) анализ.

9. Взаимодействие коммерции с коммерческим правом:

- а) по формированию хозяйствственно-коммерческих связей в сфере товарного обращения;

- б) заключение договоров;
- в) использование договоров.

10. Взаимодействие коммерции с маркетингом:

- а) получение прибыли;
- б) управление потребителями;
- в) удовлетворение потребительских запросов покупателей.

11. Взаимодействие коммерции с менеджментом:

- а) создание конкуренции для производителей;
- б) удовлетворение нужд и запросов потребителей;
- в) раскрытие потенциальных возможностей торгового предприятия.

12. Взаимодействие коммерции с товароведением:

- а) качество, ассортимент, кодирование товара, классификация, информационное обеспечение;
- б) классификация;
- в) информационное обеспечение;
- г) качество товара.

13. Организационно-экономические аспекты развития торговых предприятий в условиях рынка:

- а) торговые предприятия должны решать проблемы, возникающие в процессе предпринимательской деятельности;
- б) учитывать всю совокупность факторов внешней среды;
- в) торговые предприятия должны решать проблемы, возникающие в процессе оптовой торговли.

14. Объективные предпосылки для качественного развития торговых предприятий в современных условиях:

- а) равноправие рыночных субъектов с разными формами собственности;
- б) ответственность хозяйствующих субъектов, отвечающих по своим обязательствам, принадлежащим им имуществом и денежными активами;
- в) централизация управления (самоорганизация), т. е. право самостоятельного принятия коммерческих и хозяйственных решений.

15. Формы собственности торговых предприятий:

- а) индивидуальная, семейная, государственная;
- б) семейная;
- в) государственная;
- г) индивидуальная.

16. Особенности функционирования индивидуального торгового предприятия:

- а) использование наемного труда на таких предприятиях исключается;
- б) предоставляется право найма рабочей силы;
- в) основано на семейной собственности;
- г) разрешается использование наемного труда.

17. Хозяйственные товарищества и общества:

- а) это коммерческие организации с, разделенным на доли учредителей, уставным капиталом;
- б) разделенным на доли (вклады), учредителей (участников), уставным (складочным) капиталом;
- в) формы подразделяются на партнерские и корпоративные предприятия;
- г) коммерческие организации.

18. Партнерские торговые предприятия:

- а) хозяйствующий субъект, каждый из партнеров является представителем предприятия;
- б) хозяйствующий субъект с правом физического лица;
- в) добровольное объединение граждан;
- г) хозяйствующий субъект, созданный в форме акционерного общества.

19. Корпоративное торговое предприятие:

- а) уставный фонд поделен на доли между участниками;
- б) участники несут солидарно имущественную ответственность;
- в) хозяйствующий субъект, созданный в форме акционерного общества;
- г) добровольное объединение граждан.

20. Производственный кооператив:

- а) добровольное объединение граждан, которые несут субсидиарную ответственность;

- б) несут субсидиарную ответственность;
- в) участие в его деятельности юридических лиц;
- г) добровольное объединение граждан.

21. Особенности функционирования унитарного муниципального торгового предприятия: государственного или

- а) имущество находится соответственно в государственной или муниципальной собственности;
- б) руководитель назначается работниками;
- в) имущество может быть распределено между работниками; г) участники несут солидарно имущественную ответственность.

22. Особенности функционирования потребительского кооператива:

- а) акции распределяются среди учредителей, солидарная ответственность, наличие предпринимательского капитала;
- б) солидарная ответственность;
- в) наличие предпринимательского капитала;
- г) акции распределяются среди учредителей.

23. Ассоциации и союзы:

- а) защита имущественных интересов;
- б) члены ассоциаций сохраняют права физических лиц;
- в) объединения коммерческих организаций, защиты имущественных интересов; имущественных
- г) объединения коммерческих организаций.

5.1.2. Раздел 2 Управление коммерческой деятельностью организации

5.1.2.1. Контрольные вопросы:

1. Назовите принципы формирования управления коммерческой деятельностью торгового предприятия.
2. Какие методы управления коммерческими процессами и деятельностью применяются в торговом предприятии?

3. Дайте характеристику вариантов организационной структуры коммерческих служб торговых предприятий.
4. Назовите элементы социальной среды торгового предприятия, влияющие на эффективность труда торгового персонала.
5. Сформулируйте исходные принципы, обеспечивающие наиболее полные возможности использования работника.
6. Какие группы торгового персонала выделяются в процессе управления предприятием?
7. Изложите особенности организации работы администрации, руководителей подразделений и специалистов торгового предприятия.
8. Как осуществляется оценка деятельности работников управления торгового предприятия?
9. Какими деловыми качествами должен обладать коммерсант-предприниматель при решении коммерческих задач?
10. Раскройте сущность информационного обеспечения коммерческой деятельности.
11. В чем заключаются достоинства автоматизированной технологии получения и обработки информации?
12. Назовите составляющие в подборе комплекса технические средства для сбора, обработки и выдачи информации.
13. Поясните содержание автоматизированной технологии обработки информации.
14. В каких целях осуществляется защита коммерческой информации в торговом предприятии?
15. Какие меры по защите и сохранению коммерческой информации применяются в зарубежных фирмах?
16. Перечислите коммерческие сведения конфиденциального характера, исключающие ее утечку.
17. Какими законами регламентирована деятельность предприятий торговли?
18. Какие права предоставлены потребителям Законом РФ "О защите прав потребителей"?
19. Какими полномочиями наделены органы местного самоуправления в регулировании коммерческой деятельности?
20. Какие полномочия осуществляет Федеральный орган исполнительной власти в регулировании коммерческой деятельности?
21. Чем или кем утверждаются требования к организации продажи товаров на ярмарках?

22. Кто осуществляет функции защиты прав потребителей и потребительского рынка?
23. Комплекс мер, осуществляемых законодательными, исполнительными и судебными органами власти, направленных на создание предпосылок эффективного развития торговли.
24. Порядок проведения мероприятий по контролю, осуществляемых органами государственного контроля (надзора), регламентируется Федеральным законом.
25. Что является предметом внеплановой проверки?

6.1.2.2. Задания для проведения текущего контроля успеваемости (Тесты)

1. Сущность информационного обеспечения коммерческой деятельностью:

- а) информация;
- б) язык;
- в) техника.

2. Источники исходной информации:

- а) маркетинговые исследования;
- б) официальная статистика;
- в) законы, регламентирующие акты.

3. Информационная система:

- а) материальная система, организующая, хранящая и преобразующая информацию. Основным предметом и продуктом труда в такой системе является информация;
- б) система, предназначенная для хранения, обработки, поиска, распространения, передачи и предоставления информации;
- в) это организационно упорядоченная совокупность документов и информационных технологий, в том числе использующих различные вычислительной техники и связи, реализующих различные информационные процессы.

4. Требования, предъявляемые к качеству информации:

- а) достоверность;
- б) оперативность;

в) комплектность.

5. Достоинства автоматизированной технологии получения и обработки информации:

- а) быстрая обработка и сбор информации;
- б) некачественная информация;
- в) много лишней информации.

6. Составляющие в подборе комплекса технических средств для сбора, обработки и выдачи информации:

- а) носители и объем входной информации;
- б) формы и способы представления результатов;
- в) размер информации.

7. Классификационные группы, используемых технических средств:

- а) средства сбора информации;
- б) средства покупки информации;
- в) средства для реализации информации.

8. Содержание автоматизированной технологии обработки:

- а) компьютеры;
- б) видеофайлы;
- в) информация.

9. Цель защиты коммерческой информации в торговом предприятии:

- а) предотвращение хищения информации;
- б) создание новых законов;
- в) усиление давления на работника.

10. Сведения, относящиеся к разряду коммерческой тайны торгового предприятия:

- а) число работников организации
- б) планы коммерческой и хозяйственной деятельности
- в) площадь офиса организации.

11. Правила в торговом предприятии при работе с документами, представляющими коммерческую тайну:

- а) запугивание работников организации о распространении коммерческой тайны;
- б) строгий контроль за допуском работников к документации;
- в) удаление всей информации.

12. Понятие и роль управления деятельностью торгового предприятия

в условиях рынка:

- а) организационные методы основаны на организационно-распорядительном обеспечении;
- б) обеспечение взаимодействия между коммерческой деятельностью и целями торгового предприятия;
- в) воздействие человека на объекты и процессы в целях придания деятельности предприятия коммерческой направленности.

13. Субъекты управления:

- а) администратор;
- б) торговый процесс;
- в) руководитель.

14. Объекты управления:

- а) торговый процесс;
- б) управляющий;
- в) рабочий коллектив.

15. Функции управления по теории А. Файоля:

- а) планирование;
- б) координация и контроль;
- в) организация.

16. Процесс управления по теории М.Х. Мескона:

- а) получения определенных результатов;
- б) серия взаимосвязанных управленческих функций;
- в) взаимодействие субъектов и объектов.

17. Принципы построения управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- а) обеспечение согласованности между подразделениями;

- б) обеспечение взаимодействия между коммерческой деятельностью и целями торгового предприятия;
- в) обеспечение исполнительной информацией.

18. Суть понятия иерархичности структуры управления:

- а) организация управления должна быть ориентирована на вертикальные и горизонтальные связи;
- б) действия должны быть скоординированы и согласованы во времени;
- в) связь коммерческих процессов торгового предприятия с субъектами внешней среды.

19. Комплексный поход в управлении:

- а) принимаются во внимание все факторы, воздействующие на управленческие решения коммерческой деятельности;
- б) связь коммерческих процессов торгового предприятия с субъектами внешней среды;
- в) действия должны быть скоординированы и согласованы во времени.

20. Функции процесса управления коммерческой деятельностью:

- а) учет и контроль;
- б) воздействие;
- в) обеспечение.

21. Задачи планирования при управлении коммерческой деятельностью

торгового предприятия:

- а) планирование товарных запасов;
- б) планирование закупок;
- в) планирование продаж.

22. Типы организационной структуры торгового предприятия:

- а) линейная;
- б) функциональная;
- в) линейно-функциональная.

23. Организационная структура оптовой торговой фирмы по продаже сырья и средств производства:

- а) линейно-штабная;
- б) функциональная;

в) матричная.

24. Элементы социальной среды торгового предприятия:

- а) условия и охрана труда;
- б) ресурсы и потенциал;
- в) социальная защита.

25. Государственное регулирование коммерческой деятельности представляет собой комплекс мер, осуществляемых органами власти:

- а) законодательными;
- б) исполнительными;
- в) судебными.

26. Какими законами регламентирована деятельность предприятий торговли?

- а) Конституцией РФ;
- б) Гражданским кодексом;
- в) постановлениями правительства;
- г) указами Президента.

27. Какие права предоставлены потребителям Законом РФ «О защите прав потребителей»?

- а) право на безопасность товара;
- б) право на достоверную информацию об изготовителе;
- в) право на полное возмещение убытков.

28. К полномочиям органов местного самоуправления можно отнести:

- а) участие в ценообразовании;
- б) право издавать муниципальные правовые акты;
- в) утверждение методических рекомендаций;
- г) утверждение методики расчета.

29. Федеральный орган исполнительной власти осуществляет следующие полномочия:

- а) утверждение методических рекомендаций, формы торгового реестра;
- б) утверждение формы торгового реестра;
- в) утверждение методических рекомендаций;

г) утверждение методики расчета.

30. К полномочиям органов государственной власти субъектов РФ относят:

- а) разработка и принятие законов субъектов РФ, проведение информационно-аналитического наблюдения;
- б) утверждение формы торгового реестра;
- в) право издавать муниципальные правовые акты;
- г) участие в ценообразовании.

5.1.3. Раздел 3 Материально-техническое и товарное обеспечение коммерческой деятельности организации

6.1.3.1. Контрольные вопросы:

1. Раскройте сущность и значение материально-технической базы торгового предприятия для осуществления коммерческой деятельности.

2. Структура основных производственных фондов торгового предприятия и их влияние на уровень торговых процессов и обслуживания покупателей.

3. Суть технической политики, оказывающей влияние на развитие коммерческой деятельности торгового предприятия.

4. По каким показателям проводится оценка эффективности производственных фондов торгового предприятия?

5.Что представляют собой инвестиции в условиях рынка?

6. Какова роль лизинга в инвестиционной деятельности предприятий?

7. Дайте определение понятия «контракт»:устное или письменно соглашение, по которому одна из сторон берет обязательство что-либо сделать для другой стороны на определенных условиях.

8. Раскройте содержание основных коммерческих условий договоров купли-продажи и поставки товаров.

9. Основание для расторжения покупателем договора с поставщиком товара в одностороннем порядке.

10. Способы ведения переговоров о предстоящей торговой сделке.

11. Порядок заключения договоров.

12. Особенности организации прямых закупок торговыми предприятиями у товаропроизводителей.

13. Роль и функция складов в образовании товарных запасов торгового предприятия.
14. Коммерческие операции, осуществляемые на складе торгового предприятия.
15. Что понимают под обеспечением технологического процесса по содержанию и хранению товаров?
16. Какие операции проводятся, связанные с отпуском товаров со склада?
17. Что понимается под управлением размерами товарных запасов торгового предприятия?
18. Принципы формирования товарных запасов торгового предприятия?
19. Виды товарных запасов в зависимости от целевой предназначенности.
20. По каким формулам рассчитывается уровень товарных запасов (в днях товарооборота)?
21. Дайте определение понятию «товарообеспечение предприятий розничной торговли».
22. Из каких элементов складывается технология определения затрат и оценки результативности коммерческой деятельности торгового предприятия?
23. Какова роль удельных и относительных экономических показателей в оценке коммерческой деятельности?
24. Какие расходы по осуществлению коммерческих процессов и операций занимают наибольшую долю в структуре издержек обращения?
25. Динамика каких показателей влияет на формирование объема валового дохода торгового предприятия?
26. Какие основные экономические показатели характеризуют эффективность складского хозяйства торгового предприятия?
27. С какой целью в торговом предприятии устанавливают товарооборот, объем продажи товаров, валовой доход и издержки обращения из расчета на одного работающего?
28. Инновации в сфере торговли.

5.1.3.2. Задания для проведения текущего контроля успеваемости (Тесты)

1. Сущность материально-технической базы торгового предприятия:

- а) заключается в определении потребности предприятия в материалах и технических ресурсах;
- б) заключается в организации хранения материалов и выдачи их в цехи;
- в) заключается в проведение контроля за правильным использованием материально-технических ресурсов и содействия в их экономии.

2. Структура основных производственных фондов торгового предприятия:

- а) отношение стоимости отдельных групп основных фондов к их общей сумме;
- б) отношение стоимости отдельных групп основных фондов к их общей сумме выраженное в процентах;
- в) отношение стоимости групп основных фондов к их постоянным расходам, выраженное в процентах.

3. Пассивная часть основных производственных фондов:

- а) состоит из 3 групп (здания, склады, сооружения);
- б) состоит из 2 групп (здания, сооружения);
- в) состоит из 1 группы (здания).

4. Активная часть основных производственных фондов:

- а) выступающих в качестве средств труда, относятся: торгово-технологическое оборудование, подъемно-транспортные устройства;
- б) выступающих в качестве средств труда, относятся: торгово-технологическое оборудование, подъемно-транспортные устройства, средства малой механизации;
- в) выступающих в качестве средств труда, относятся: торгово-технологическое оборудование, подъемно-транспортные устройства, средства малой механизации, автомобильный транспорт и др.

5. Сущность технической политики торгового предприятия:

- а) система технических решений, оказывающих косвенное воздействие на развитие торговой деятельности коммерческой заданное;
- б) система технических решений, оказывающих прямое воздействие на развитие торговой деятельности коммерческой заданное;
- в) система технических решений, оказывающих прямое или косвенное воздействие на развитие торговой деятельности коммерческой заданное.

6. Показатели оценки эффективности материально-технической базы торгового предприятия:

- а) основные производственные фонды, представляющие материально-техническую базу торгового предприятия, оцениваются в стоимостных и натуральных показателях;
- б) основные производственные фонды, представляющие материально-техническую базу торгового предприятия;
- в) фонды, представляющие материально-техническую базу торгового предприятия, изучаются и выявляются показателя собственного капитала.

7. Первоначальная стоимость основных фондов:

- а) определяется как сумма затрат на строительство или приобретение фондов;

- б) определяется как разницу затрат на строительство и приобретение фондов, включая и монтажные работы;
- в) определяется как сумма затрат на строительство или приобретение фондов, включая и монтажные работы.

8. Восстановительная стоимость основных фондов:

- а) это стоимость их воспроизводства на конкретный момент времени;
- б) стоимость воспроизводства на разные периоды времени, позволяет оценить стоимость сходных по сроку ввода в действие основных фондов;
- в) позволяет оценить стоимость различных по сроку ввода в действие основных фондов и определяется на основе прейскурантов переоценки.

9. Остаточная стоимость основных фондов:

- а) это размер невозмещенной стоимости, сохранившейся в основных фондах после определенного периода их функционирования;
- б) исчисляется как разность между первоначальной или восстановительной стоимостью основных фондов и суммой их износа;
- в) это размер возмещенной стоимости, сохранившейся в основных фондах после определенного периода их функционирования.

10. Амортизационный фонд:

- а) отчисления дифференцированы по группам основных фондов и по направлениям использования на капитальный ремонт ;
- б) амортизационные отчисления ;
- в) все ответы верны.

11. Фондооснащенность:

- а) стоимость используемых основных фондов из расчета на одного работника за период;
- б) отношение объема товарооборота к стоимости используемых основных фондов за период;
- в) стоимость активных фондов из расчета на одного работника торгово-оперативного персонала за период.

12. Фондооруженность:

- а) отношение объема товарооборота к стоимости используемых основных фондов за период;
- б) стоимость активных фондов из расчета на одного работника торгово-оперативного персонала за период;
- в) стоимость используемых основных фондов из расчета на одного работника за период.

13. Фондоотдача:

- а) стоимость активных фондов из расчета на одного работника торгово-оперативного персонала за период;
- б) стоимость используемых основных фондов из расчета на одного работника за период;
- в) отношение объема товарооборота к стоимости используемых основных фондов за период.

14. Основные условия инвестиционной деятельности торгового предприятия:

- а) конъюнктура внешней инвестиционной среды;
- б) необходимый размер инвестиционных ресурсов;
- в) оценка дохода от капитальных вложений.

15. Сущность лизинга в инвестиционной деятельности торгового предприятия:

- а) является одним из способов финансирования капитальных вложений в машины, оборудование и другие технические средства;
- б) договор имущественного найма с рядом характерных особенностей;
- в) сделка, в которой арендодатель берет на себя безусловную ответственность за ремонт и обслуживание оборудования.

16. Роль бизнес-плана для инвестиционных проектов:

- а) разработка, обеспечивает оценку инвестиционных проектов;
- б) устанавливается целесообразность их выполнения работ;
- в) обеспечение качественной работы на предприятие.

17. Методы прогнозирования рыночного спроса:

- а) экстраполяция временных рядов;
- б) метод скользящей средней;
- в) метод наименьших квадратов.

18. Дайте определение понятию «товарообеспечение предприятий розничной торговли»:

- а) процесс купли-продажи;
- б) процесс доведения товаров из сферы производства в сферу потребления включает их куплю-продажу и товаропротивление;
- в) процесс доведения товаров через складские звенья и доставка в торговую сеть.

19. Принципы товаропротивления:

- а) планомерность;
- б) ритмичность;

в) оперативность.

20. Раскройте содержание этапа «Управление технологическими процессами» модели закупки и доведения продукции до покупателей в розничном торговом предприятии:

- а) прием, складирование, поддержание товарных запасов, обеспечение сохранности потребительских свойств, подача товаров к местам продажи;
- б) изучение рынка закупок, критериями оценки реальных и потенциальных возможностей поставщиков;
- в) исследование рынка товаров.

21. Сущность транзитной формы товародвижения в розничную торговую сеть:

- а) заключается в отгрузке или завозе товаров в розничную торговую сеть непосредственно с производственных предприятий;
- б) применение в основном при доставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента;
- в) звенья, через которые проходит товар при движении от производителя к потребителю.

22. Сущность складской формы товародвижения в розничную торговую сеть:

- а) звенья, через которые проходит товар при движении) от производителя к потребителю;
- б) заключается в отгрузке или завозе товаров в розничную торговую сеть непосредственно с производственных предприятий;
- в) применение в основном при доставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента.

23. Раскройте содержание основных коммерческих условий договоров купли-продажи и поставки товаров:

- а) базисные условия поставки;
- б) способы определения качества товара;
- в) юридические адреса сторон.

24. Порядок заключения договоров:

- а) предложение одной стороны о заключении договора;
- б) просмотр предложения сторон;
- в) встреча сторон.

25. Особенности организации прямых закупок торговыми предприятиями у товаропроизводителей:

- а) встреча с руководителем организации;

- б) увеличение автотранспорта;
- в) улучшение работоспособности.

26. Уровень товарных запасов рассчитывается по формуле (в днях товарооборота):

$$a) Y_{mz} = \frac{TZ \cdot D}{OT};$$

$$b) TZ_{\varphi} = \frac{0,5 \cdot TZ_1 + TZ_2 + TZ_3 + \dots + 0,5 \cdot TZ_n}{n-1};$$

$$O = \frac{OT}{TZ_{\varphi}};$$

27. Роль оптовой торговли в современных условиях:

- а) оптовая торговля является наиболее важным звеном, которое обеспечивает ускорение процесса товародвижения по каналам распределения;
- б) активно вовлекает в товарооборот местные товарные ресурсы и проводит децентрализованные закупки товаров из различных источников;
- в) роль оптовой торговли предусматривает ее активное участие в обеспечении устойчивой реализации товаров потребителям.

28. Дайте определение понятия «франчайзинг»:

- а) форма длительного коммерческого сотрудничества фирм;
- б) организация франчайзинговой сети сбыта, при которой франчайзер, который владеет определенной торговой маркой, предоставляет малому предприятию право на ведение дела под его торговой маркой;
- в) соблюдение установленных стандартов качества товаров и услуг франчайзирам перед франчайзером.

29. В каких формах функционируют торгово-посреднические фирмы на российском товарном рынке?

- а) дилеры;
- б) агенты;
- в) дистрибуторы;
- г) консигнаторы.

30. Функции, выполняемые АО ФКК «Росконтракт» со своими подразделениями:

- а) осуществляет закупки продукции по целевому назначению;

- б) организует и реализует коммерческие сделки на экспорт, импорт, закупку, продажу и обмен продукции;
- в) обеспечивает поиск и формирование сети потребителей отечественной и импортной продукции.

31. Сущность аукционной торговли товарами:

- а) торговля произведениями искусства, ювелирными изделиями, предметами антиквариата, уникальными коллекциями, пушниной и др.;
- б) товары реализуются гласно, в заранее установленное время и в определенном месте;
- в) представляют к продаже товары, которые обладают индивидуальными свойствами и ценностями.

32. По каким показателям можно определить конкурентоспособность торгового предприятия на рынке?

- а) издержки обращения;
- б) использование внеоборотных активов;
- в) складское хозяйство.

33. Какие затраты относят к издержкам обращения?

- а) все затраты, вызванные куплей-продажей и доведением товаров для потребителей;
- б) транспортирование товаров;
- в) заработка плата персонала, содержание складских и торговых помещений.

34. Что такое прибыль?

- а) денежные средства или материальные ценности, полученные государством, физическим или юридическим лицом в результате какой-либо деятельности за определённый период времени
- б) доход, получаемый от продажи дополнительной единицы продукции;
- в) суммарно-результативный показатель торгового предприятия.

5.2. Ситуационные задачи

5.2.1. Раздел 1 Методологические основы коммерческой деятельности

Пример 1

1. Рассчитайте, на сколько процентов увеличится объем рынка товара в условиях неопределенной конъюнктуры.

2. Информация:

Рост объема продаж товара составил 20 % и средних цен 10 %. Насколько процентов Вы можете увеличить свою долю на рынке, если Вам предлагается увеличить свою долю рынка в 1,2 раза.

3. Определите характер конъюнктуры рынка товара. Обоснуйте, какие факторы обуславливают повышение цен и увеличение объема продаж при сложившейся конъюнктуре.

Пример 2

На основе имеющихся данных (таблица 1) произведите ранжировку (присвоение 4-х, 3-х, 2-х и 1-го балла) по виду спроса, ресурсообеспечению и рентабельности товаров, определите сводный показатель «баланса выживания» (таблица 2) для каждого вида изделия, на основе которого выберите приемлемые виды товара для закупки и реализации.

2. Информация

Таблица 1 - Данные о ресурсообеспечении, спросе и рентабельности товара

Вид изделия	Ресурсообеспечение	Реализация	Рентабельность
А	Поставки устойчивы, но не на длительный срок	Спрос будет возрастать	Рентабельность устойчива на ряд лет
Б	Имеются затруднения в обеспечении поставок	Спрос устойчив, но не на длительный срок	Возможно сохранение рентабельности на ближайшее время
В	Продукция обеспечена лишь разовыми поставками	Спрос стабильный на ряд лет	Имеются возможности повышения рентабельности
Г	Поставки устойчивы на ряд лет	Высока вероятность снижения спроса	Рентабельность снижается

Таблица 2 - Баланс выживания

				Сводный
--	--	--	--	---------

Вид изделия	Ресурсообеспечение	Реализация	Рентабельность	показатель
А		4		
Б		2		
В		3		
Г		1		

3. На основе сводного показателя «баланса выживания» (таблица 2) для каждого вида изделия выберите приемлемые виды товара для закупки и реализации. Данную задачу можно решить, используя на практике сведения о поставках, реализации и рентабельности изделий однородной группы товаров.

Пример 3

1. В условиях снижения реальных располагаемых доходов населения и падения уровня платежеспособного спроса французская группа «Ашан» создает новую сеть жестких дискаунтеров «Радуга» и супермаркетов «Атак» не только в Москве, но и в Калуге и Пензе (Sales Business, № 10, октябрь 2009).

2. Дайте ответ на следующие вопросы:

1. Правильно ли выбрана стратегия ритейлера по развитию бизнеса?
2. Какова выгода указанных форматов для покупателей и владельцев французской группы «Ашан»?
3. Обоснуйте перспективы развития форм сетевой торговли по сравнению с деятельностью автономных торговых организаций.

Пример 4

1. В условиях нестабильности экономики продавцы должны обозначить новые ориентиры в организации закупки, поставки и сбыта товаров.

2. Обоснуйте, какие виды инновационной деятельности должны осуществлять предприниматели для выживания организации:

1. Использование эффективных способов организации системы закупки и продажи товаров;
2. Модернизация товародвижения;
3. Автоматизация цепи поставок товаров;

4. Привлечению к закупкам и продажам товаров высококвалифицированных специалистов;
5. Адаптации к новым условиям хозяйствования в соответствии с действующим законодательством по виду экономической деятельности;
6. Организация эффективной товаропроводящей инфраструктуры

3. Рассмотрите привлекательность потребительского рынка организации на конкретной территории (можно на примере объекта практики или предприятия, в котором Вы работаете).

Пример 5

1. На основе приведенных данных (таблица 1) рассчитайте коэффициент ритмичности реализации продовольственных товаров за неделю.

2. Информация:

Таблица 1 – Выполнение объема товарооборота, %

1 – 7-е число месяца	Оборот плановый	Оборот фактический	Выполнение, %
1-е	17	12	
2-е	17	13	
3-е	17	14	
4-е	17	15	
5-е	18	17	
6-е	19	21	
7-е	19	20	

3. Сделайте вывод об особенностях спроса на продовольственные товары.

Пример 6

1. Многие компании столкнулись с проблемой падения товарооборота из-за потери покупателей.
2. На примере организации, в которой Вы работаете (или проходили практику), рассмотрите мероприятия по привлечению покупателей в магазин на основе стандарта обслуживания:

1. Кто должен разрабатывать стандарт обслуживания покупателей на предприятии?
 2. Каковы должны быть требования к стандарту обслуживания?
 3. Рассмотрите процесс обслуживания покупателей в магазине и его соответствие требованиям стандарта.
 4. Каковы должны быть способы стимулирования персонала по выполнению требований стандартов обслуживания?
3. Сравните процессы обслуживания покупателей в магазинах организации, в которой Вы работаете (или проходили практику), и компаний-конкурентов.
4. Сформулируйте Ваши предложения по повышению качества обслуживания и привлечению покупателей в магазин?

Пример 7

1. Проанализируйте коммерческую политику трех конкурирующих предприятий оптовой торговли (таблица 1), закупающих и продающих товары повседневного спроса, рассчитайте объемы годового дохода в денежных единицах.
2. Информация:

Таблица 1 - Расчет объемов годового дохода предприятий оптовой торговли, в ден. ед.

Предприниматели	Объем закупки, кг	Цена закупки, ден. ед. за кг	Цена продажи, ден. ед. за кг	Товарооборотчиваемость, в днях	Годовой доход, ден. ед.
А	100	20	21	30	
Б	400	20,2	20,8	30	
В	400	20,4	20,6	7	

3. На основании данных о годовом доходе предпринимателей сформулируйте современный принцип оптовой закупки и продажи товаров.

5.2.2. Раздел 2 Управление коммерческой деятельностью организации

Пример 8

- 1.Каковы будут действия персонала отдела продаж (сбыта) по увеличению объема реализации на проценты (а) и в разы (б).

2. Подходы к разным темпам роста продаж представлены ниже:

1. Совершенствование технологии продаж;
2. Обучение умениям и навыкам продажи товара;
3. Полная автоматизация процесса продаж товаров;
4. Оптимизация ассортимента товаров;
5. Обеспечение обслуживания клиентов в соответствии со стандартом;
6. Обеспечение высокого уровня завершенности покупок клиентами предприятия;
7. Другое мероприятие ...

3. Ваши предложения по увеличению объема продаж на проценты (а) и в разы (б) поясните на конкретном примере (товаре или коммерческой организации).

Пример 9

1. В связи с расширением деятельности торговых компаний на потребительском рынке возрос спрос на подготовленных профессионалов по оптовым закупкам и продажам товаров.

2. Информация:

Основными профессиональными требованиями к торговому персоналу коммерческих служб при приеме на работу являются:

- специальное образование (Коммерция, Маркетинг, Менеджмент);
- опыт работы в определенном секторе (крупной компании, коммерческой службе);
- опыт руководящей работы в сфере продаж;
- хорошие навыки продаж;
- знание иностранного языка (английского и др.);
- уверенный пользователь ПК;
 - обладание отличными переговорными навыками;
 - знание теории и практики организации и управления продажами (или закупками);
 - опыт работы по организации и управлению продажами (закупками) определенной товарной группы;
 - пол (мужчина, женщина) и возраст соискателя на должность.

3. Опишите профессиональные требования к должностям разного уровня управления коммерческой деятельностью на примере организации, в которой Вы работаете (или проходили практику): коммерческого директора, руководителя отдела продаж, менеджера по оптовым продажам, менеджера по закупкам и др.

Пример 10

1. В соответствии с ФЗ-381 от 28 декабря 2009 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» введено ограничение приобретения, аренды хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов.

2. В условиях антимонопольных ограничений для ритейлеров с долей 25 процентов торгового оборота в городах федерального значения и муниципальных районах открывать новые магазины не допускается, поэтому компания X5 Retail Group решила организовать онлайновую торговлю через интернет-магазины для наращивания рыночной доли (Sales Business, № 10, октябрь 2009).

3. Обоснуйте ответы на следующие вопросы:

1. Какие выгоды должны получить покупатели магазина «Зеленый перекресток онлайн»?
2. Покроет ли прибыль онлайн-магазина расходы по организации системы «заказ-доставка товаров»?
3. Какие виды предпринимательской деятельности компания может еще организовать?

Пример 11

1. В соответствии с ФЗ-381 от 28 декабря 2009г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (статья 9) при заключении и исполнении договора поставки введены права и обязанности хозяйствующего субъекта, осуществляющего торговую деятельность, и хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров.

2. Госрегулирование прав и обязанностей поставщиков и торговых организаций направлено на выполнение следующих условий:

- предоставление информации об условиях отбора контрагента;
- определение цены продовольственных товаров;
- включение в цену продовольственных товаров вознаграждения;
- оплата продовольственных товаров с учетом срока годности;
- оказание услуг по рекламированию продовольственных товаров, маркетингу и услугам, направленных на их продвижение.

3. Сформулируйте общие и различные права и обязанности при выполнении вышеуказанных условий договора поставки между хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, и хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров. Материал представьте в виде таблицы. Дайте обоснование, каким образом выполнение прав и обязанностей поставщиками и торговыми организациями отразится на цене поставки продукции и розничных ценах.

Пример 12

1. В результате анализа переменных коммерческой сделки (таблица 1): цена товара и сроки его оплаты – определите эффективный вариант переговоров для ее заключения, предложив свой вариант оплаты цены товара, в случае , если продавец должен получить не менее 9,5 ден. ед. за товар в предельно короткие сроки.

2. Информация

Таблица 1 – Предложение цены товара и сроков оплаты при заключении сделки

Стороны, участвующие в переговорах	Предложение цены товара, ден. ед.	Предложение сроков оплаты
Первый вариант		
A - продавец	10	50 % при заключении сделки и 50 % в течение трех лет
B - покупатель	9,5	50 % при заключении сделки и 50 % в течение трех лет
Второй вариант		
A - продавец	10	50 % при заключении сделки и 50 % в течение трех лет
B - покупатель	9,5	35 % при заключении сделки и 65 % в течение четырех лет
Третий вариант		
A - продавец	9	100 % при заключении сделки
B - покупатель	9	20 % при заключении сделки и 80 % в течение трех лет
Четвертый вариант		
A - продавец	11	20 % при заключении сделки и 80 % в течение трех лет
B - покупатель	9	20 % при заключении сделки и 80 % в течение трех лет
Пятый вариант		
A - продавец	10	20 % при заключении сделки и 80 % в течение трех лет
B - покупатель	9	20 % при заключении сделки и 80 % в течение трех лет
Шестой вариант		
A - продавец	9	50 % при заключении сделки, невозвратный залог в 1 ден. ед наличными сегодня и остальные 4.5 ден. ед. в срок

		не более 10 дней
В - покупатель	9	20 % при заключении сделки и 80 % в течение трех лет
Седьмой вариант		
А - продавец	9,5	
В - покупатель		

3. Обоснуйте достоинства и недостатки каждого варианта предложения для заключения сделки и выберите эффективный вариант заключения сделки. В чем заключается отличие аванса от залога?

5.2.3. Раздел 3 Материально-техническое и товарное обеспечение коммерческой деятельности организации

Пример

13

1. На основании данных таблицы 1 проанализируйте структуру и динамику основных фондов коммерческой организации, при этом рассчитайте недостающие данные в графах 4,5,8,9.

2. Информация:

Таблица 1 – Структура основных фондов организации

складское оборудование	174	17,4			154	14,0		
Торговое оборудование (включая электронное)	252	25,2			319	29,0		
Автомобили	47	4,7			44	4,0		
<i>Офисное оборудование, в.т.ч.:</i>	82	8,2			99	9,0		
Компьютеры и оргтехника	42	4,2			55	5,0		
Средства связи и спец.техника	20	2			27,5	2,5		
Мебель и бытовая техника	20	2			16,5	1,5		

По результатам анализа дайте оценку изменений в составе основных фондов.

Пример 14

- На основе показателя чистого приведенного эффекта (NPV) рассчитайте, следует ли принять проект по закупке и использованию оборудования.

Чистый приведенный доход рассчитывается по формуле:

$P = \Pi/T * 100$, где P – общая экономическая рентабельность торговых предприятий;

Π - сумма прибыли (валовой или чистой);

T -объем товарооборота (без НДС).

Информация:

Руководство предприятия делает прогноз, что закупка торгового оборудования стоимостью в 8 тыс. ден. ед. (C_1) будет приносить прибыль в размере 3 тыс. ден. ед. каждый год (FV) в течение 11 лет (n). В случае вложения этих средств в банк предполагается ежегодный доход в размере 12 % ($r = 0,12$).

Сравните эффективность обоих вариантов инвестиционной деятельности предприятия и предложите наиболее выгодный проект.

Пример 15

. Информация:

1. Рассчитайте, сколько нужно вложить средств в инвестирование проекта в настоящее время, чтобы через 7 лет (n) иметь 35 млн. руб. (FV) при 10 %-ной норме доходности инвестиций ($r= 0,1$).

3. Какую сумму нужно вложить в проект для достижения будущей стоимости 35 млн. руб. Можно ли ускорить получение указанной суммы?

Пример 16

1. Торговой организации представлено два инвестиционного проекта (А и В), которые характеризуются показателями, приведенными в таблице 1.

2. Информация:

Таблица 1 – Показатели инвестиционных проектов

Показатели	Условные обозначения	Проект А	Проект В
Исходные инвестиции, ден. ед	CI	1164	1152
Доходы от инвестиций, всего ден. ед.	FV	1582	1576
Прибыль, всего ден. ед.	$\Pi = FV - CI$	418	424
Среднегодовая рентабельность инвестиций, %	$FV - CI$ $PI = \frac{FV - CI}{CI * n}$
Прогнозируемый среднегодовой темп			

инфляции, %	i	4	4
Среднегодовая ставка банковского процента на вложенный капитал, %	r	10	10
Время действия проекта, лет	n	5	5

3. Путем сравнений проанализируйте показатели по обоим вариантам и сделайте заключение, какой из них является наиболее выгодным.

Пример 17

1.Проанализируйте основные показатели коммерческой деятельности организации за ряд лет. Дайте прогнозную оценку коммерческой деятельности организации с учетом основных показателей на будущий год? Данные в таблице 1 приведены в сопоставимых ценах.

2.Информация:

Таблица 1- Прогнозная оценка основных показателей коммерческой деятельности организации на 2011 год

Показатели	Годы		Индекс показателя, 2010г. к 2009г.	2011г. (прогноз)
	2009	2010		
Товарооборот,тыс.руб.	113063	116440		
Валовый доход, тыс.руб.	45970	46576		
Уровень валового дохода, %		
Сумма издержек обращения, тыс.руб	24442	26276		
Уровень издержек обращения, %		
Прибыль от реализации товаров,				

тыс.руб.	19221	20300		
Уровень прибыли от реализации, %		

3. Сделайте вывод о результатах прогнозирования коммерческой деятельности организации на будущий год. Каковы будут Ваши предложения по увеличению уровня товарооборота и прибыли от реализации товаров в этой организации.

Пример 18

1. Проанализируйте стратегию оптовых закупок товара (табл. 1) и риск (табл. 2) при неопределенной рыночной конъюнктуре.

2. Информация:

Таблица 1. – Размер прибыли в зависимости от вероятных колебаний спроса при неопределенной рыночной конъюнктуре в 2011 году

Объем оптовых закупок	Размер прибыли (A) в зависимости от вероятных колебаний спроса, ден.ед.				$A_i = \min g_{ij}$	W	$A_i = \max g_{ij}$
	3000	6000	9000	12000			
$S_1 = 6\ 000$	1020	4200	4200	4200			
$S_2 = 9\ 000$	-60	3120	6300	6360			
$S_3 = 12\ 000$	-1140	2040	5220	8400			
$A_i = \max s$	1020	4200	6300	8400			

Примечание: i - № строки; j - № графы, W – лучший вариант из минимальных величин прибыли (A).

Таблица 2. - Анализ риска при различных соотношениях вероятного спроса и стратегий оптовых закупок в организации в 2011 году

...						
	3 000	6 000	9 000	12 000	Max r_i	$S_{\text{опт}}$
S_1	0	0	2100	4200		
S_2	1080	1080	0	2100		
S_3	2160	2160	1080	0		

3. Определите максимальную прибыль (в ден. ед.) в зависимости от вероятных колебаний спроса и минимальный риск при оптовых закупках товаров.

Пример 19. Определите темпы изменения состояния товарных запасов (табл. 1, гр.3,4) мороженого на складе, рассчитайте средний товарный запас мороженого в днях по кварталам года по данным таблицы 2.

1. Информация:

Таблица 1 - Темпы роста товарных запасов мороженого в организации в 2011 году, %

Состояние запасов	Сумма товарных запасов, ден. ед	Темпы роста товарных запасов на базисной основе, %	Темпы роста товарных запасов на цепной основе, %
1	2	3	4
На 1 января 2011 г	65939		
На 1 апреля 2011 г.	137834		
На 1 июля 2011 г.	190860		
На 1 октября 2011 г.	94630		
На 1 января 2012 г.	221305		

Таблица 2 - Расчет среднего товарного запаса мороженого в организации по кварталам года, в днях

Кварталы 2011 г.	Объем продаж, ден. ед.	Однодневный товарооборот за квартал, ден. ед.	Средний товарный запас в днях, З сп.и	Оборачиваемость товарных запасов (90дней / 3 сп.и)
1	2	3	4	5
I	494368			
II	10326449			
III	944435			
IV	941712			

2. Сделайте вывод о состоянии планирования товарных запасов на предприятии.

Пример 20

1. По выявленным отклонениям фактических значений показателей от плановых из данных таблицы 1 определите, какое влияние (положительное или отрицательное) они оказывают на изменение объема продажи товара.

2. Информация:

Таблица 1 – Товарный баланс за год

Показатели	Бизнес - план	Фактически	Отклонение фактического значения показателя от планового
1	2	3	4
Запасы товара на начало года	978	970	

(N зап')			
Поступление товара (N п)	4504	4702	
<i>Всего в приходе с остатком (N зап.' +N п.)</i>	5482	5672	
Реализация товара (Nr)	4459	4436	
Прочее выбытие товара (Nвыб.)	152	235	
<i>Итого в расходе (Nr+Nвыб)</i>	4611	4671	
Запасы товара на конец года (N зап '')	871	1001	
<i>Всего в расходе с остатком (Nr+Nвыб+Nзап'')</i>	5482	5672	

3. По каким документам ведется учет этих показателей в коммерческой организации? Какие показатели влияют на увеличение или уменьшение объема реализации товаров?

Сформулируйте Ваши предложения по увеличению объема продаж товаров?

Пример 21

1. Определите точку безубыточности закупки и продажи. Результаты представьте в виде графика.

2. Информация:

Сколько единиц товара следует продать для покрытия издержек обращения, если на аренду объекта торговли в месяц тратится 30 тыс. ден.ед., заработную плату персоналу 20 тыс. ден. ед., продается в месяц 4000 единиц товара по цене 60 ден ед. за единицу товара при цене закупки 40 ден. ед.?

3. Какую прибыль при этом получит предприниматель за месяц? Каковы должны быть коммерческие решения предпринимателя, если для расширения бизнеса необходимо осуществить единовременные затраты, равные 360 тыс. ден. ед.

Пример 22

1. На основе приведенных данных (таблица 1) дайте оценку результатам в динамике.

2. Информация:

Таблица 1 – Коэффициенты деловой активности торговой организации

Коэффициенты	В прошлом периоде	В отчетном периоде
Коэффициент общей оборачиваемости капитала	3,01	2,67
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	13,65	11,06
Коэффициент оборачиваемости средств в товарах	24,37	21,63
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	969,23	925,29

3. Сделайте вывод о деловой активности организации за отчетный период, сформулируйте предложения по ее повышению.

Пример 23

1. Рассчитайте текущий прогноз объема продажи продукции на декабрь месяц на основе модели экстраполяции темпов роста объема продажи товара, модели экстраполяции абсолютных размеров прироста объемов продажи, модели экстраполяции показателей сезонности объемов продажи. Данные для прогнозных расчетов представлены в таблице 1.

2. Информация:

Таблица 1 – Расчет темпов роста продажи товара

Месяцы текущего года	Объем продажи		Абсолютные размеры прироста, физ. ед.	Удельный вес в общем объеме продажи продукции, %
	физ. ед	в % к предыдущему		

		месяцу		
1	2	3	4	5
Январь	87,3	-	-	17,5
Февраль	87,6	100,3	0,3	17,5
Март	90,1	102,9	2,5	18,0
Апрель	91,2	101,2	1,1	18,2
Май	95,3	104,5	4,1	19,1
Июнь	93,1	97,7	-2,2	18,6
Июль	90,0	96,7	-3,1	18,0
Август	94,7	105,2	8,5	18,9
Сентябрь	94,0	99,3	-5,9	18,8
Октябрь	93,6	99,6	0,3	18,7
Ноябрь	94,6	101,1	1,5	18,9

3. Сравните полученные прогнозные объемы продажи с фактическими и рассчитайте отклонения прогнозных данных от фактических, в % (таблица 2).

Таблица 2. Результаты прогноза

Модели экстраполяции	Фактические данные	Прогнозные расчеты	Отклонения прогнозных данных от фактических, %
Объемы продаж на декабрь			
По темпам роста	97		
По абсолютным размерам прироста	97		
По показателям сезонности	97		

1. Сформулируйте цели моделирования оптимальной структуры ассортимента на разных уровнях структуры рынка товаров (таблица 1), при этом ориентируйтесь на отрасль (или сферу применения) и классификацию товаров.

2. Информация:

Таблица 1 – Виды рынков и цели моделирования оптимальной структуры ассортимента

Вид рынка	Номер уровня	Наименование рынка по товарному признаку	Цели моделирования оптимальной структуры ассортимента
По отраслям и сферам применения	1	Рынок продовольственных товаров	
		Рынок изделий легкой промышленности	
		Рынок культурно-бытовых и хозяйственных товаров и т.д.	
По товарным группам	2	Мясные, рыбные, молочные, зерномучные товары и т.д.	
		Одежда, обувь, ткани	
		Мебель, радиотовары, электротовары, игрушки, спортивные товары, ювелирные изделия и т.д.	
По видам товаров	3	Ткани хлопчатобумажные, шерстяные, шелковые	
		Телевизоры, магнитофоны, холодильники, магнитолы	
		Мясо, колбасы, рыба, молоко и т.д.	
По структуре ассортимента	4	Костюмы определенных моделей, размеров, ткани определенного цвета, переплетения и т. д.	
		Телевизоры определенных фирм и марок и т.д.	

3. Составьте оптимальную структуру ассортимента товаров (группы или вида) на примере объекта практики или предприятия, в котором Вы работаете. При этом ориентируйтесь на конкретный вид магазина по продаже продовольственных или непродовольственных товаров, его территориальное размещение.

Пример 25

1. Определите влияние изменения структуры ассортимента группы товаров на изменение уровня валового дохода, % и ден. ед. (таблица 1).

2. Информация:

Таблица 1 – Влияние структуры товарооборота на валовой доход

Вид товара	Товарооборот, ден.ед.		Удельный вес в товарообороте, %		Средний уровень торговой надбавки, %		Средний валовой доход от реализации товаров, ден. ед.	
	предшествующий период	отчетный период	предшествующий период	отчетный период	предшествующий период	отчетный период	предшествующий период	отчетный период
							(гр.1*гр.5 / 100)	(гр.2*гр.6 / 100)
A	1	2	3	4	5	6	7	8
Вид 1	1410	1298	9	8	13	23,6	183	306
Вид 2	4700	5679	30	35	16	20	752	1136
Вид 3	1567	1460	10	9	28	30	439	438
Вид 4	5013	5355	32	33	24	22	1203	1178
Вид	2976	2435	19	15	18,66	21	555	511

5								
Всего	15666	16227	100	100	20	22	3133	3570

3. Сделайте прогноз об увеличении уровня валового дохода в связи с изменением структуры ассортимента. Каковы будут Ваши действия по закупке видов товаров для увеличения уровня валового дохода в будущем году.

Пример 26

1.Сделайте прогноз роста складского и транзитного товарооборота, издержек обращения при разных формах товародвижения на предприятии оптовой торговли на 2012 г.

2. Информация

Таблица 1 - Показатели роста складского и транзитного оптового товарооборота, издержек обращения продукции оптового торгового предприятия за 2009-2012 гг., %

Показатели	2009*	2010	2011	2012	2013 (прогноз)
Товарооборот, в том числе:					
складской	100	106,7	110,3	118,6	
транзитный	65	69,7	71,0	72,9	
35	37,0	39,3	45,7		
Издержки обращения,	100	102,8	104,9	107,9	
в том числе:	90	92,0	92,4	93,1	
складские	10	10,8	12,5	14,8	
транзитные					

*Объем продажи и величина издержек обращения в 2009 г. приняты за базовый – 100%.

3. Объясните причины разных темпов роста складского и транзитного товарооборота, а также издержек обращения при разных формах товародвижения.

Пример 27

1. Определите, влияние снижения цены товара на увеличение объема его продажи (в процентах) на основе расчета индивидуальных индексов цен и объемов продажи (таблица 1).

2. Информация:

Таблица 1 - Объем продажи товара в зависимости от размера оптовой цены

Цена, ден. ед./ кг	Индивидуальный индекс цен $P_d : P_o$	Объем продажи		Индивидуальный индекс объемов продажи (ден. ед.) $OП_d : OП_o$
		тонн	ден. ед.	
Договорная цена P_d				
16.0		20.0	320.0	
15.8		20.5	323.9	
15.6		21.0	327.6	
15.4		22.0	338.7	
15.2		24.0	364.8	
Отпускная цена P_o 15.0		25.0	375.0	

3. Обоснуйте - почему отпускная цена на единицу товара не может быть меньше 15 ден. ед.

5.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

5. 3.1. Контрольные вопросы:

1. Модель товарного рынка (9 баллов).
2. Прямые закупки товаров у товаропроизводителей (8 баллов).
3. Норма прибыли торгового предприятия (8 баллов).
4. Рынок товаров и потребитель (9 баллов).
5. Управление товарными запасами(8 баллов).
6. Способы ведения переговоров о предстоящей торговой сделке (8 баллов).
7. История развития предпринимательства в России (8 баллов).
8. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле (9 баллов).
9. Порядок заключения договоров (8 баллов).
10. Коммерция и предпринимательство в условиях рыночной экономики зарубежных стран (8 баллов).
11. Кооперация в оптовой торговле (8баллов).
12. Рыночная конъюнктура. Стадии конъюнктуры рынка (8 баллов).
13. Понятие методологии коммерческой деятельности (9 баллов).
14. Товарно-ассортиментная политика и ее составляющие (8 баллов).
15. Задачи, решаемые с помощью демонстрационных залов оптовых предприятий (8 баллов).
16. Сущность и содержание коммерческой деятельности (9 баллов).
17. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителей (8 баллов).
18. Принципы формирования товарного ассортимента розничного торгового предприятия (8 баллов).
19. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности (9 баллов).
20. Организация оптовой продажи товаров (8 баллов).
21. Основные операции в торгово-технологическом процессе (8 баллов).
22. Концепция коммерческой деятельности (9 баллов).
- 23.Управление развитием целевых рынков товаров (8 баллов).

24. Какие элементы, определяющие уровень торгового обслуживания покупателей, Вы знаете? (8 баллов).
25. Системный подход к коммерческой деятельности (9 баллов).
26. Организация розничной продажи и торгового обслуживания покупателей (8 баллов).
27. Назовите варианты каналов распределения товаров по числу посредников, занятых доведением до потребителя (8 баллов).
28. Торговые предприятия в новых условиях хозяйствования (9 баллов).
29. Цели, задачи и содержание рекламы в организации коммерческой деятельности (8 баллов).
30. Источники дохода дистрибуторов (8 баллов).
31. Формы и отношения собственности в условиях рынка (9 баллов).
32. Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии (8 баллов).
33. Цель создания Федеральной контрактной системы в России (8 баллов).
34. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий (9 баллов).
35. Формирование и сбалансированность товарного ассортимента(8 баллов).
36. Какова цель торгового предприятия при установлении низкой (занышенной) цены на новый товар? (8 баллов)?
37. Розничная торговая сеть, ее структура и функции (9 баллов).
38. Формы торгово-посреднических структур (8 баллов).
39. Функции, выполняемые «фьючерсными биржами» (8 баллов).
40. Оптовая торговая сеть, ее структура и функции (9 баллов).
41. Развитие коммерческо-посреднической деятельности (8 баллов).
42. Каково влияние внешнеэкономических связей на развитие российского потребительского рынка? (8 баллов).
43. Материально-техническая база и техническая политика торгового предприятия (9 баллов).
- 44 . Оптово-посреднические фирмы Федеральной контрактной системы РФ (8 баллов).
45. Какие элементы приняты за исходные позиции в модели организации коммерческой деятельности торгового предприятия? (8 баллов).

46. Инвестиции как источник развития материально-технической базы торгового предприятия (8 баллов).
47. Основные функции товарных бирж, торговых домов, ярмарок и аукционов (8 баллов).
48. Какие элементы включает модель формирования конкурентной стратегии торгового предприятия на рынке товаров? (9 баллов).
49. Информация в управлении коммерческой деятельностью (9 баллов).
50. Предпосылки продвижения торговли к рынку (8 баллов).
50. Виды продуктов в ассортименте «Кондитерские товары» (8 баллов).
51. Технические средства для сбора, обработки и выдачи информации (8 баллов).
52. Модели построения и ведения коммерческой деятельности в торговом предприятии (9 баллов).
53. Факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализации товаров (8 баллов).
54. Автоматизированная технология обработки информации (8 баллов).
55. Анализ и оценка коммерческой деятельности торгового предприятия (9 баллов).
56. Меры, принимаемые торговым предприятием, при отсутствии спроса на товары (8 баллов).
57. Защита коммерческой информации (8 баллов).
58. Источники закупки товаров, коммерческие сделки и контрактные соглашения (9 баллов).
59. Комплекс мер, осуществляемых законодательными, исполнительными и судебными органами власти, направленных на создание предпосылок эффективного развития торговли (8 баллов).
60. Функции и структура управления оптовых и розничных торговых предприятий (9 баллов).
61. Организационные формы предпринимательства в России в период реформы 1861г. (8 баллов).
62. Чем отличается рынок продавца от рынка покупателя? (8 баллов).
63. Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью (9 баллов).
64. Факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализации товаров (8 баллов).
65. Товары производственного назначения (8 баллов).
66. Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия (9 баллов).
67. Роль товарного рынка в народном хозяйстве (8 баллов).

78. Что можно отнести к показателям эффективности реализации программ развития торговли? (8 баллов).
79. Управление и мотивация труда персонала (8 баллов).
80. Базис коммерческой деятельности (9 баллов).
81. Меры государственного регулирования и поддержки предпринимательства в России (8 баллов).
82. Личность коммерсанта-предпринимателя в современных условиях (8 баллов).
83. Организационно-правовые формы собственности торговых предприятий (9 баллов).
84. Взаимодействие коммерции с экономикой (8 баллов).
85. Содержание исследования рынка товаров (8 баллов).
86. Типы организационной структуры торгового предприятия (9 баллов).
87. Необходимость наличия конкуренции между различными формами собственности торговых предприятий (8 баллов).
88. Изучение спроса потребителей и методы прогнозирования (9 баллов)
89. Процесс управления по теории М.Х. Мескона (8 баллов).
90. Какие организационно-правовые формы предпочтительны для мелких, средних и крупных торговых предприятий? (8баллов).
91. Качество и потребительская оценка товаров на рынке (8 баллов).
92. Функции управления по теории А. Файоля (8 баллов).
93. Товарно-торговый профиль оптового торгового предприятия (9 баллов).
94. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары (баллов).
95. Сведения, относящиеся к разряду коммерческой тайны торгового предприятия (8 баллов).
96. Первоначальная, восстановительная, остаточная стоимость основных фондов.(8 баллов).
97. Товарообеспечение и коммерческие связи (8 баллов).
98. Расшифруйте следующие понятия: фондооснащенность, фондооруженность, фондотдача (9 баллов).
99. Факторы, влияющие на рациональное размещение розничной торговой сети (8 баллов).

5.3.2. Экзаменационные билеты

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №1

1.Модель товарного рынка (9 баллов).

2.Прямые закупки товаров у товаропроизводителей (8 баллов).

3.Норма прибыли торгового предприятия(9 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой Аргунеева О.Н

(подпись) (Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н. Пустотина Г.Ф.

(подпись) (Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №2

1.Рынок товаров и потребителей (9 баллов).

2.Управление товарными запасами (8 баллов).

3. Способы ведения переговоров о предстоящей торговой сделке (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №3

1.История развития предпринимательства в России (8 баллов).

2.Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле (9 баллов).

3. Порядок заключения договоров (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » . протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №4

1. Коммерция и предпринимательство в условиях рыночной экономики зарубежных стран (8 баллов).
2. Кооперация в оптовой торговле (8 баллов).
3. Рыночная конъюнктура. Стадии конъюнктуры рынка (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой Аргунеева О.Н.

(подпись) (Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н Пустотина Г.Ф.

(подпись) (Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №5

1. Понятие методологии коммерческой деятельности (9 баллов).
2. Товарно-ассортиментная политика и ее составляющие (8 баллов).
3. Задачи, решаемые с помощью демонстрационных залов оптовых предприятий (9 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №6

1. Сущность и содержание коммерческой деятельности (9 баллов).

2. Роль маркетинга в доведении товаров до потребителей (8 баллов).

3. Принципы формирования товарного ассортимента розничного торгового предприятия (9 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » марта . протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №7

- 1.Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности (9 баллов).
- 2.Организация оптовой продажи товаров (8 баллов).
3. Основные операции в торгово-технологическом процессе(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой Аргунеева О.Н
(подпись) (Фамилия И.О.)

Профessor, д.с.-х. н. Пустотина Г.Ф.
(подпись) (Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНОБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №8

- 1.Концепция коммерческой деятельности (9 баллов).
- 2.Управление развитием целевых рынков товаров (8 баллов).
3. Какие элементы, определяющие уровень торгового обслуживания покупателей, Вы знаете(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНОБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №9

1. Системный подход к коммерческой деятельности (9 баллов).

2. Организация розничной продажи и торгового обслуживания покупателей(8 баллов).

3. Назовите варианты каналов распределения товаров по числу посредников, занятых доведением до потребителя(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » марта . протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №10

1. Торговые предприятия в новых условиях хозяйствования (9 баллов).

2. Цели, задачи и содержание рекламы в организации коммерческой деятельности (8 баллов).

3. Источники дохода дистрибуторов (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой Аргунеева О.Н

(подпись) (Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н. Пустотина Г.Ф.

(подпись) (Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №11

1. Формы и отношения собственности в условиях рынка (9 баллов).

2. Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии

(8 баллов).

3. Цель создания Федеральной контрактной системы в России (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол _____

Заведующий кафедрой Аргунеева О.Н

(подпись) (Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н. Пустотина Г.Ф.

(подпись) (Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНОБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №12

1. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий (9 баллов).

2. Формирование и сбалансированность товарного ассортимента (8 баллов).

3. Какова цель торгового предприятия при установлении низкой (занесенной) цены на новый товар? (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол _____

Заведующий кафедрой Аргунеева О.Н

(подпись) (Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №13

1. Розничная торговая сеть, ее структура и функции (9 баллов).

2. Формы торгово-посреднических структур (8 баллов).

3. Функции, выполняемые «фьючерсными биржами» (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « ». протокол _____

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №14

- 1.Оптовая торговая сеть, ее структура и функции (9 баллов).
- 2.Развитие коммерческо-посреднической деятельности (8 баллов).
3. Каково влияние внешнеэкономических связей на развитие российского потребительского рынка?(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол _____

Заведующий кафедрой Аргунеева О.Н
(подпись) (Фамилия И.О.)

Профessor, д.с.-х. н. Пустотина Г.Ф.
(подпись) (Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №15

- 1.Материально-техническая база и техническая политика торгового предприятия (9 баллов).
- 2.Оптово-посреднические фирмы Федеральной контрактной системы РФ (8 баллов).
3. Какие элементы приняты за исходные позиции в модели организации коммерческой деятельности торгового предприятия?(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол _____

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профessor, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНОБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №16

1. Инвестиции как источник развития материально-технической базы торгового предприятия(8 баллов).

2. Основы функции товарных бирж, торговых домов, ярмарок и аукционов (8 баллов).

3. Какие элементы включает модель формирования конкурентной стратегии торгового предприятия на рынке товаров?(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профessor, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №17

1. Информация в управлении коммерческой деятельностью (9 баллов).

2. Предпосылки продвижения торговли к рынку (8 баллов).

3. Виды продуктов в ассортименте «Кондитерские товары»(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « »_. протокол _____

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №18

1. Технические средства для сбора, обработки и выдачи информации (8 баллов).

2.Модели построения и ведения коммерческой деятельности в торговом предприятии (9 баллов).

3. Факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализации товаров (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол _____

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №19

1.Автоматизированная технология обработки информации (8 баллов).

2.Анализ и оценка коммерческой деятельности торгового предприятия (9 баллов).

3. Меры, принимаемые торговым предприятием, при отсутствии спроса на товары(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол _____

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №20

1. Защита коммерческой информации (8 баллов).

2. Источники закупки товаров, коммерческие сделки и контрактные соглашения (9 баллов).

3. Комплекс осуществляемых законодательными, исполнительными и судебными органами власти мер, направленных на создание предпосылок эффективного развития торговли(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « « протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №21

1.Функции и структура управления оптовых и розничных торговых предприятий (9 баллов).

2.Организационные формы предпринимательства в России в период реформы 1861г. (8 баллов).

3.Чем отличается рынок продавца от рынка покупателя?(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол _____

Заведующий кафедрой Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н. Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №22

1.Задачи и сущность управления коммерческой деятельностью (9 баллов).

2.Факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализации товаров(8 баллов).

3.Товары производственного назначения (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНОБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №23

1.Принципы и методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия (9 баллов).

2.Роль товарного рынка в народном хозяйстве (8 баллов).

3.Что можно отнести к показателям эффективности реализации программ развития торговли?(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №24

1. Управление и мотивация труда персонала (8 баллов).

2. Базис коммерческой деятельности (8 баллов).

3. Меры государственного регулирования и поддержки предпринимательства в России(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Билет №25

- 1.Личность коммерсанта-предпринимателя в современных условиях (8 баллов).
- 2.Организационно-правовые формы собственности торговых предприятий (9 баллов).
- 3.Взаимодействие коммерции с экономикой (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « . протокол _____

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №26

- 1.Содержание исследования рынка товаров (8 баллов).
- 2.Типы организационной структуры торгового предприятия (9 баллов).
- 3.Необходимость наличия конкуренции между различными формами собственности торговых предприятий (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол _____

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №27

1. Изучение спроса потребителей и методы прогнозирования (9 баллов).

2. Процесс управления по теории М.Х. Мескона (8 баллов).

3. Какие организационно-правовые формы предпочтительны для мелких, средних и крупных торговых предприятий?(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол _____

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №28

1. Качество и потребительская оценка товаров на рынке (8 баллов).

2. Функции управления по теории А. Файоля (8 баллов).

3. Товарно-торговый профиль оптового торгового предприятия (9 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « » протокол

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №29

1. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары (9 баллов).

2.Сведения, относящиеся к разряду коммерческой тайны торгового предприятия (8 баллов).

3.Первоначальная, восстановительная, остаточная стоимость основных фондов(8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « »_. протокол _____

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

ОГАУ – СМК-Ф-4.1-09

ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра Коммерции и организация экономической деятельности

Направление подготовки/специальность 100700.62 – Торговое дело

Дисциплина «Коммерческая деятельность»

Билет №30

1.Товарообеспечение и коммерческие связи (9 баллов).

2.Расшифруйте следующие понятия: фондооснащенность, фондооруженность, фондоотдача (9 баллов).

3.Факторы,влияющие на рациональное размещение розничной торговой сети (8 баллов).

Утверждено на заседании кафедры « »_. протокол _____

Заведующий кафедрой

Аргунеева О.Н

(подпись)

(Фамилия И.О.)

Профессор, д.с.-х. н.

Пустотина Г.Ф.

(подпись)

(Фамилия И.О.)

5.3.3. Тесты для проведения промежуточной аттестации с использованием программного продукта на ПК.

1. Определение товарного рынка:

- а) взаимодействие продавца и покупателя;
- б) сложное передаточное устройство;
- в) совокупность существующих и потенциальных покупателей товара;
- +г) взаимодействие продавцов и покупателей;

2. Рынок предметов потребления:

- а) продовольственных товаров;
- б) непродовольственных товаров;
- в) продовольственных и непродовольственных товаров;
- + г) рынок товаров, предназначенных для личного пользования;

3. Рынок средств производства:

- +а) товары, применяемые для производственных целей;
- б) совокупность средств и предметов труда;
- в) рынки сырья, полуфабрикатов и др.
- г) товары, сырье;

4. Роль товарного рынка в народном хозяйстве:

- а) рациональное сосредоточение и концентрация товарных ресурсов;

- б) качество и конкурентоспособность товаров, влияющих на спрос и предложение;
 - в) приспособление структуры производимых товаров и их объема через цену;
 - г) оздоровление рыночной среды путем освобождения от убыточных предприятий;
- + д) все ответы верны;

5. Признаки рынка товаров:

- а) потенциал;
 - б) привлекательность;
 - в) доступность;
 - г) стабильность;
- + д) все ответы верны;

6. Привлекательность рынка:

- + а) постоянно нарастающий поток обновленных и новых товаров;
- б) новые товары с более высокими потребительскими свойствами;
- в) постоянное повышение конкурентоспособности товаров и рост престижа рынка;
- г) постоянно нарастающий поток обновленных товаров;

7. Доступность рынка:

- а) благоприятная рыночная среда;
- б) стимулирование поддержки объективных потребностей и покупательской способности;
- в) удобное расположение рынка;
- + г) создание благоприятной рыночной среды и др.

8. Потенциал рынка:

- а) величина спроса;
- б) темпы роста;
- в) предельный уровень спроса;
- + г) величина спроса, темпы роста, предельный уровень спроса;

9. Стабильность рынка:

- а) степень обновления торговой номенклатуры;
 - б) удовлетворенность спроса на товары;
 - в) соотношение цены товара и эффекта полезности от его использования;
 - г) структура предложения товара, количественное выражение;;
- + д) все ответы верны

10. Модель товарного рынка:

- + а) потребность, спрос, предложение, продукт, цена, сделка, обмен;
- б) продукт, цена, сделка;
- в) спрос, предложение, цена, сделка;
- г) предложение, обмен, цена;

11. Потребность:

- а) необходимость в товаре;
- б) потребность в товаре, определяемая экономическим уровнем людей;
- в) потребность в товаре, определяемая экономическим и социальным уровнем людей;
- г) потребность в товаре, определяемая культурными и др. факторами;
- + д) все ответы верны;

12. Спрос:

- а) желание покупателей приобрести данный товар;
- б) намерение покупателей приобрести данный товар;
- + в) желание, намерение покупателей приобрести данный товар;
- г) желание и намерение покупателей приобрести данный товар;

13. Предложение:

- а) сосредоточенная масса товаров;

- б) масса товаров, поступающих на рынок;
- + в) сосредоточенная масса товаров, поступающих на рынок в целях продажи;
- г) товар, поступающий на рынок;

14. Продукт:

- а) товар удовлетворяющий нужды покупателей;
- б) товар, обладающий определенными свойствами;
- +в) товар, обладающий определенными свойствами, удовлетворяющие конкретные нужды;
- г) товар, удовлетворяющий конкретные нужды покупателей;

15. Цена:

- а) стоимость произведенного товара;
- б) затраты на продвижение товара к покупателю;
- +в) стоимость произведенного товара и затраты на его продвижение к покупателю;
- г) колеблется от соотношения спроса и предложения;

16. Сделка:

- а) договоры;
- б) купля-продажа продукции;
- + в) действия по установлению соглашения между заинтересованными сторонами;
- г) действия по установлению соглашения;

17. Обмен:

- а) бартер;
- б) денежный обмен;
- + в) акт получения приобретаемого продукта;
- г) товар обменивается на товар;

18. Влияние рынка на торговые предприятия:

- а) рынок формирует ассортиментную политику;
- б) рынок определяет объем выпуска продукции;
- в) устанавливает цены на продукцию;
- г) стимулирует сбыт в целях удовлетворения потребностей покупателей;
- + д) все ответы верны

19. Классификация товаров:

- а) продовольственные;
- б) повседневного спроса;
- + в) потребительские товары и товары производственного назначения;
- г) продовольственные и повседневного спроса;

20. Потребительские товары:

- а) продовольственные;
- б) непродовольственные;
- + в) продовольственные и непродовольственные товары;
- г) товары повседневного спроса;

21. Потребительские товары повседневного спроса:

- а) потребляются сразу;
- б) потребляются определенное число раз;
- + в) потребляются либо сразу, либо определенное число раз;
- г) непродовольственные товары;

22. Товары предварительного выбора:

- а) товары однородного признака;
- + б) при приобретении потребитель сравнивает между собой по цене и др;
- в) сравнивает между собой по внешнему оформлению;
- г) сравнивает по параметрам и др. признакам;

23. Товары особого спроса:

- а) обладают уникальными свойствами;
- б) более высокая цена;
- + в) присущи характерные или уникальные свойства;
- г) используются в особых случаях;

24. Товары пассивного спроса:

- а) отличаются случайной потребностью;
- б) о покупке данного товара потребитель задумывается;
- + в) о покупке данного товара потребитель не задумывается;
- г) непродовольственные товары;

25. Товары производственного назначения:

- а) предметы труда;
- б) средства труда;
- + в) предметы труда и средства труда;
- г) сырье, материалы, полуфабрикаты, предназначенные для промышленных целей;

26. Предметы труда:

- а) сырье;
- б) полуфабрикаты;
- + в) сырье, материалы, полуфабрикаты;;
- г) полуфабрикаты промышленных целей;

27. Средства труда:

- а) машины труда для получения материальных благ;
- б) оборудование труда для получения материальных благ;
- в) орудия труда для получения материальных благ;

+ г) средства труда выступают в качестве орудия труда;

28. Рынок продавца:

- а) спрос превышает предложение;
- б) ограниченность ассортимента;
- + в) покупатель приобретает то, что предлагает продавец;
- г) ограниченность количественного предложения товаров;

29. Рынок покупателя:

- а) широкий ассортимент товаров;
- б) конкуренция между продавцами товаров;
- + в) выбор необходимых товаров покупателем ;
- г) наличие широкого ассортимента товаров, выпускаемых различными производителями;

30. Требования потребителей к качеству товара:

- + а) конкурентоспособность продукции;
- б) экологическая безопасность;
- в) совокупность потребительских характеристик продукта;
- г) долговечность

31. Организационные формы предпринимательства в России в период реформы 1861г.:

- а) единоличные фирмы;
- б) торговые дома;
- в) акционерно-паевые общества;
- + г) единоличные фирмы, торговые дома, акционерно- паевые общества;

32. Инфраструктура предпринимательства в России в период реформы 1861г.:

- а) жесткая система подчиненности предпринимательской деятельности государству;
- б) подчиненность предпринимательской деятельности Госбанку;

+в) надзор за предпринимательской деятельностью со стороны государства и Госбанка;

г) сдерживались проявления в погоне за прибылью;

33. Формы предпринимательства в России в период с 1917-1921гг. (включая этап военного коммунизма):

а) антирыночная экономика;

б) директивное распределение ресурсов и готовой продукции;

+в) государственная монополия на средства производства;

г) оживление малого бизнеса;

34. Формы предпринимательства в России в период нэпа:

+ а) оживление малого бизнеса, в том числе единоличного:

б) ограничение ассортимента товаров, необходимых для купли-продажи;

в) возрождение бирж, ярмарок, становление кредитно-банковской системы;

г) активизация предпринимательства;

35. Функции государства в предпринимательской деятельности в России в период нэпа;

+ а) государственное регулирование предпринимательства;

б) государственная монополия внешней торговли;

в) сдерживание заключения договоров с иностранными предпринимателями;

г) вытеснение частного предпринимательства;

36. Хозяйственная реформа в России в 1965г.:

+ а) внедрение хозяйственного расчета, оптовой торговли, сокращение директив;

б) переход от распределительной системы выпускаемой продукции к оптовой торговле;

в) сокращение директив, спускаемых предприятиям вышестоящими организациями;

г) широкое использование коллективов в результате своего труда;

37. Особенности функционирования торговых предприятий в условиях рыночной системы;

- а) свободная хозяйственная деятельность торговых предприятий различных форм собственности;
- б) конкуренция в сфере производства и реализации товаров;
- в) ориентация товарной политики на спрос и предложение;
- г) прибыль – результат предпринимательской и коммерческой деятельности;
- + д) наличие предпринимательства, конкуренция, удовлетворение спроса покупателей;;

38. Меры государственного регулирования и поддержки предпринимательства в России:

- а) принятие законов РСФСР о собственности, о предприятиях и предпринимательской деятельности;
- б) приватизация, передача государственного торгового имущества в собственность торговых предприятий;
- в) образование Государственного комитета по антимонопольной политике;
- +г) программами предусмотрено всемерное содействие становлению рыночных отношений;

39. Формы торговых предприятий в США:

- а) малый бизнес;
- б) индивидуальные;
- +в) мелкие, крупные;
- г) средние;

40. Виды торговых предприятий в США:

- + а) гипермаркеты, супермаркеты, супереты;
- б) торговые центры;
- в) цепные магазины;
- г) магазины самообслуживания;

41. Формы торговых предприятий в Японии:

- а) компании, оптово-розничные объединения и др;
- б) потребительские кооперативы;

- + в) малые предприятия;
- г) оптово-розничные объединения;

42. Формы торговых предприятий в Германии:

- а) индивидуальная фирма;
- + б) «миттельштанд» (малый и средний бизнес);
- в) все формы торговых предприятий;
- г) торговцы, имеющие палатку или магазин;

43. Виды торговых предприятий в Японии:

- + а) компании, оптово-розничные объединения и др;
- б) потребительские кооперативы;
- в) магазины, занятые в основном розничной торговлей;
- г) все ответы верны;

44. Виды торговых предприятий в Германии:

- +а) малые торговые предприятия;
- б) торговцы, имеющие палатку или магазин;
- в) располагают одним магазином, имеют двух-трех работников;
- г) торговцы, имеющие несколько небольших магазинов;

45. Меры государственного регулирования в США:

- а) дифференцированные ставки при налогообложении;
- б) кредитная политика банков направлена на поддержку предпринимательства;
- + в) администрация по делам бизнеса оказывают финансовую помощь;
- г) поддержка предпринимательства инвестиционными компаниями;

46. Меры государственного регулирования в Японии:

- + а) действует целенаправленная система поддержки бизнеса;

- б) система законов, а также положениями о льготах;
- в) антимонопольное законодательство;
- г) Закон о предприятии;

47. Меры государственного регулирования в Германии:

- а) программа «Стимулирование предпринимательства»;
- + б) поддержка и стимулирование предпринимательства ПТП ;
- в) противостояние протекционистским методам управления экономикой;
- г) антимонопольная политика

48. Сущность коммерческой деятельности - рыночная категория:

- а) «торг, торговые обороты», купеческие промыслы»;
- б) товарно-денежный обмен;
- + в) особый вид деятельности, связанный с реализацией товаров;
- г) все то, что обеспечивает максимальную выгодность торговой сделки;

49. Содержание коммерческой деятельности торгового предприятия в зависимости от выполняемых функций:

- а) коммерческие сделки и договоры
- б) товарно-денежный обмен
- в) коммерческие процессы и действия
- +г) все ответы верны;

50. Факторы внешней среды, влияющие на развитие коммерческой деятельности торгового предприятия;

- а) экономические тенденции
- б) социальная среда
- в) покупатели и поставщики товаров
- + г) все ответы верны;

51. Факторы внутренней среды торгового предприятия:

- а) производственные
- б) технические,
- в) финансовые и кадровые ресурсы
- + г) все ответы верны;

52 . В каких целях используется информация о внешней и внутренней среде торгового предприятия?

- +а) активно воздействовать на коммерческий процесс;
- б) характеризовать коммерческий процесс;
- в) создавать новые условия для коммерческой деятельности;
- г) доведение продукции до потребителя и удовлетворение их потребностей

53. Условия, способствующие формированию коммерческой деятельности торгового предприятия на рынке потребительских услуг:

- +а) необходимо существование предприятий и служб, опосредующих коммерческие сделки;
- б) инфраструктура рынка опосредующих коммерческие сделки;
- в) банки, товарные и фондовые биржи, ярмарки, выставки, аукционы и др.;
- г) страховые, консалтинговые и аудиторские компании таможенные службы, контролирующие органы;

54. Принципы построения коммерческой деятельности в условиях рынка:

- а) полная самостоятельность и равноправие субъектов рынка;
- б) приспособляемость коммерческих функций к ситуационным изменениям рынка;
- в) ответственность за выполнение взятых обязательств перед партнерами по купле-продаже товаров;
- г) взаимодействие коммерции с маркетингом и менеджментом;
- + д) все ответы верны

55. Миссия коммерческой деятельности торгового предприятия в условиях рынка:

- а) формирование коммерческой политики, комплексный подход к коммерческой работе;
- б) управление куплей-продажей товаров на коммерческой основе;
- в) учет издержек, связанных с коммерческой деятельностью;
- г) развитие рынков товаров, адаптация коммерции к изменениям окружающей среды;;
- + д) все ответы верны

56. Цель коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях формирующегося рынка:

- +а) увеличение доли рынка и минимизация издержек обращения товаров и др.
- б) изучение и анализ источников закупки товаров;
- в) согласование связи производства с потреблением товаров;
- г) осуществление купли-продажи товаров с учетом рыночной среды;
- д) расширение существующих и перспективное развитие целевых рынков;

57. Цель коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях развитого рынка:

- +а) рост прибыли от продажи товаров;
- б) образование среднего класса населения;
- в) динамичность рынка;
- г) темпы торговли;

58. Признаки коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях формирующегося рынка:

- +а) рост прибыли от продажи товаров;
- б) увеличение доли рынка, издержек;
- в) темпы торговли
- г) увеличение доли рынка;

59. Признаки коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях развитого рынка:

- +а) сочетание механизма деятельности торгового предприятия;
- б) товарный рынок - торговое предпринятие-коммерция;

в) коммерческая деятельность является открытой системой;

г) товарный рынок – торговое предприятие;

60. Объекты коммерческой деятельности:

+а) товары, услуги;

б) процессы

в) услуги

г) все ответы верны;

61. Субъекты коммерческой деятельности:

+ а) предприниматели, поставщики, коммерческие организации, посредники и др.;

б) поставщики

в) наемные работники

д) потребители

62. Инфраструктура рынка:

+ а) банки, биржи др.;

б) биржи

в) ярмарки

г) контролирующие органы

д) страховые компании

63. Базис коммерческой деятельности:

+а) материально-техническая база, капитал, информационно-компьютерное обеспечение;

б) капитал

в) информационно-компьютерное обеспечение

г) материально-техническая база;

64. Функции коммерческой деятельности:

+а) коммерческие сделки и договоры и др.;

б) товарно-денежный обмен

в) коммерческие процессы и действия

г) коммерческие сделки;

65. Свойства коммерческой деятельности как системы:

+а) взаимодействие и целостность, связи, организация;

б) связи;

в) организация;

г) целостность;

66. Характеристики коммерческой деятельности как системы:

+а) вход, процесс, выход;

б) процесс ;

в) выход;

г) вход;

67. Взаимодействие коммерции с экономикой:

+а) анализ, планирование, оценка

б) планирование;

в) оценка;

г) анализ;

68. Взаимодействие коммерции с коммерческим правом:

а) по формированию хозяйственно-коммерческих связей в сфере товарного обращения;

б) заключение договоров;

+в) юридический контроль при осуществлении товарообменных операций ;

г) ответ А и Б;

69. Взаимодействие коммерции с маркетингом:

- +а) получение прибыли;
- б) управление потребителями;
- в) удовлетворение потребительских запросов;
- г) ответ А и Б;

70. Взаимодействие коммерции с менеджментом:

- а) создание конкуренции для производителей;
- +б) удовлетворения нужд и запросов потребителей;
- в) раскрытия потенциальных возможностей предприятия;
- г) ответ Б и В.

71. Взаимодействие коммерции с товароведением:

- +а) качество, ассортимент;
- б) классификация;
- в) информационное обеспечение;
- г) качество товара;

72. Организационно-экономические аспекты развития торговых предприятий в условиях рынка:

- а) торговые предприятия должны решать проблемы, возникающие в процессе предпринимательской деятельности;
- б) учитывать всю совокупность факторов внешней среды;
- в) торговые предприятия должны решать проблемы, возникающие в процессе оптовой торговли;
- + г) специализация структуры производства, стратегические задачи, развитие инфраструктуры, природные и трудовые ресурсы

73. Объективные предпосылки для качественного развития торговых предприятий в современных условиях:

- а) равноправие рыночных субъектов с разными формами собственности;

- б) ответственность хозяйствующих субъектов, отвечающих; по своим обязательствам, принадлежащим им имуществом и денежными активами;
- в) централизация управления (самоорганизация), т. е. право самостоятельного принятия коммерческих и хозяйственных решений;
- +г) кадры, товары, технические средства, инвестиции, информация о рынке товаров и др.

74. Организационно-правовые формы собственности торговых предприятий:

- + а) частная, государственная и др.;
- б) семейная;
- в) государственная;
- г) индивидуальная;

75. Индивидуальное торговое предприятие:

- +а) использование наемного труда на таких предприятиях исключается;
- б) предоставляется право найма рабочей силы;
- в) основано на семейной собственности;
- г) хозяйствующий субъект, созданный за счет капитала;

76. Хозяйственные товарищества и общества:

- + а) это коммерческие организации с, разделенным на доли учредителей, уставным капиталом ;
- б) разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом;
- в) формы подразделяются на партнерские и корпоративные предприятия;
- г) коммерческие организации подразделяются на партнерские и корпоративные;

77. Партнерские торговые предприятия:

- + а) хозяйствующий субъект, каждый из партнеров является представителем предприятия ;
- б) хозяйствующий субъект с правами физического лица;
- в) добровольное объединение граждан;
- г) в хозяйствующий субъект, созданный в форме акционерного общества;

78. Корпоративное торговое предприятие:

- а) уставный фонд поделен на доли между участниками;
- б) участники несут солидарно имущественную ответственность;
- +в) хозяйствующий субъект, созданный в форме акционерного общества;
- г) добровольное объединение граждан;

79. Производственный кооператив:

- + а) добровольное объединение граждан, несут субсидарную ответственность по его обязательствам;
- б) несут субсидарную ответственность;
- в) участие в его деятельности юридических лиц;
- г) добровольное объединение граждан;

80. Особенности функционирования унитарного государственного или муниципального торгового предприятия:

- + а) имущество находится в государственной или муниципальной собственности;
- б) руководитель назначается органом, уполномоченным собственником и ему подотчетен;
- в) имущество может быть распределено между работниками;
- г) участники несут солидарно имущественную ответственность

81. Особенности функционирования потребительского кооператива:

- + а) добровольное объединение граждан;
- б) солидарная ответственность;
- в) наличие предпринимательского капитала;
- г) акции распределяются среди учредителей;

82. Ассоциации и союзы:

- а) защиты имущественных интересов;

- б) члены ассоциаций сохранят права физических лиц;
- + в) объединения коммерческих организаций и защиты интересов;
- г) объединения коммерческих организаций;

83. Необходимость наличия конкуренции между различными формами собственности:

- а) нет необходимости, поскольку каждая форма собственности это отдельное звено;
- б) необходимо, поскольку стимулирует каждую из них к совершенствованию;
- в) нет необходимости, поскольку происходит вытеснение неконкурентоспособных форм;
- +г) современные потребности в обществе могут быть полно удовлетворены;

84. Кто имеет право заключать сделки в товариществе и выступать от его имени ?

- а) партнеры;
- +б) полные товарищи;
- в) коммандитисты, партнеры;
- г) ответ А и Б;

85. Каким образом распределяются убытки в обществе с ограниченной ответственностью?

- +а) в пределах сумм вложенных ими вкладов;
- б) поровну между участниками;
- в) не пропорционально вкладам;
- г) ответ Б и В;

86. Каким образом распределяются убытки в обществе с дополнительной ответственностью?

- +а) между участниками пропорционально их вкладам;
- б) поровну между участниками общества;
- в) в пределах сумм вложенных ими вкладов;
- г) ответ Б и В;

87. Ответственность учредителей – акционеров по обязательствам акционерного общества:

- + а) только в пределах стоимости принадлежащих им акций;
- б) в пределах стоимости всех акций общества;
- в) поровну между всеми участниками общества;
- г) между участниками пропорционально их вкладам;

88. Орган акционерного общества, осуществляющий текущее руководство его хозяйственной деятельностью:

- +а) коллегиальный или единоличный;
- б) общее собрание акционеров;
- в) дирекция;
- г) правление;

89. Как определить финансовую надежность открытого акционерного общества?

- а) с помощью анализа предприятия, маркетинговых исследований;
 - б) по статусу на рынке предприятия;
 - в) маркетинговый анализ;
 - г) анализа предприятия
- +д) нет правильного ответа;

90. Как определить финансовую надежность закрытого акционерного общества?

- а) с помощью оценки финансового плана;
 - б) с помощью оценки финансового состояния;
 - в) с помощью маркетингового анализа;
- + д) из регулярно опубликованных сведениях годового отчета и бухгалтерского баланса

91. Какие организационно-правовые формы предпочтительны для мелких и малых торговых предприятий?

- а) они рассчитаны на реализацию товаров повседневного спроса и ограниченного ассортимента;
- б) не исключает образования малого предприятия;

в) определяется установленной минимальной суммой уставного фонда акционерного общества;
+ г) индивидуальные определяются установленной минимальной суммой

92. Какие организационно-правовые формы предпочтительны для средних торговых предприятий?

- а) они рассчитаны на реализацию товаров повседневного спроса и ограниченного ассортимента;
- б) не исключает образования малого предприятия;
- в) определяется установленной минимальной суммой уставного фонда акционерного общества;
- + г) партнерская форма определяется установленной минимальной суммой;

93. Какие организационно-правовые формы предпочтительны для крупных торговых предприятий:

- а) они рассчитаны на реализацию товаров повседневного спроса
- б) не исключает образования малого предприятия
- в) определяется установленной минимальной суммой.
- +г) корпоративная форма;

94. Преимущества корпоративных торговых предприятий на рынке товаров:

- +а) расширение возможностей в осуществлении стратегии развития предприятия;
- б) неограниченность в формировании финансовых средств за счет эмиссии акций и облигаций;
- в) снижение издержек и удешевление товаров путем закупок больших партий;
- г) неограниченность в формировании финансовых средствах

95. Роль розничной торговли в сфере обращения товаров:

- + а) организация торгового обслуживания покупателей,
- б) служит активным проводником перемещения и накопления
- в) доведение продукции до населения
- г) служит активным проводником;

96. Роль оптовой торговли в сфере обращения товаров:

- + а) служит активным проводником перемещения и накопления.
- б) доведение продукции до населения
- в) организация торгового обслуживания покупателей
- г) ответ Б и В;

97. Виды предприятий розничной торговой сети:

- + а) магазины, магазины-склады и др.;
- б) магазины-склады
- в) павильоны и палатки
- г) магазины;

98. Особенности торговой деятельности розничных рынков:

- +а) функционируют в местах с интенсивными людскими потоками, смешанный и широкий ассортимент товаров и др.;
- б) рынки обладают способностью адаптироваться к изменяющейся ситуации;;
- в) удельный вес продовольственных товаров повседневного спроса в общем объеме продовольственных товаров
- г) конкуренция между розничными и оптовыми рынками приводит к стиранию различий в ценах на товар;

99. Факторы, влияющие на рациональное размещение розничной торговой сети:

- +а) экономические, градостроительные, транспортные, социальные;
- б) градостроительные;
- в) политический;
- г) экономические

100. Форма собственности оптовых торговых предприятий:

- а) частная, государственная;

б) государственная

в) муниципальная

+ г) частная (хозяйственные товарищества и акционерные общества);

101. Предназначенность оптовых торговых предприятий:

+а) доведение товаров из районов производства в районы потребления;

б) доведение товаров в труднодоступные районы;

в) закупка продукции в различных районах ее производства;

г) продажа товаров розничным торговым предприятиям;

102. Сфера территориального обслуживания оптового торгового предприятия:

+а) районные, межрайонные, областные, краевые, региональные, межрегиональные,

Федеральные, городские;

б) краевые

в) городские

г) районные;

103. Товарно-торговый профиль оптового торгового предприятия:

+ а) узкоспециализированные, специализированные, универсальные, комбинированные, смешанные;

б) универсальный ассортимент;

в) специализирующийся ассортимент;

г) широкий ассортимент;

104. Сущность материально-технической базы торгового предприятия:

+а) заключается в определении потребности предприятия в материалах и технических ресурсах;

б) заключается в организации хранения материалов и выдачи их в цехи;

в) заключается в содействия в их экономии;

г) заключается в проведение контроля использованием материально-технических ресурсов

105. Значение материально-технической базы торгового предприятия для коммерческой деятельности:

- +а) рационализация организации труда торгового персонала;
- б) установление правильного соотношения между площадью;
- в) организация работы оборудования;
- г) организация работы оборудования, машин;

106. Структура основных производственных фондов торгового предприятия:

- а) отношение стоимости отдельных групп.
- б) отношение стоимости отдельных групп основных фондов к их общей сумме.
- + в) отношение стоимости групп основных фондов к их постоянным расходам
- г) отношение стоимости отдельных групп основных фондов к их сумме

107. Пассивная часть основных производственных фондов:

- +а) состоит из 3 групп;
- б) состоит из 2 групп
- в) состоит из 1 группы;
- г) торгово-технологическое оборудование;

108. Активная часть основных производственных фондов:

- +а) торгово-технологическое оборудование,;
- б) выступающих в качестве средств труда;
- в) средства малой механизации;
- г) автомобильный транспорт

109. Роль материально-технической базы торгового предприятия в осуществлении коммерческой деятельности:

- а) играет уровень развития материально-технической базы;

- б) рациональное оснащение торговых организаций оборудованием;
- в) эффективность инвестиций определяется расширением объемов;
- +г) для осуществления хозяйственной деятельности торговое предприятие;

110. Сущность технической политики торгового предприятия:

- а) система технических решений, оказывающих косвенное воздействие;
- б) система технических решений, оказывающих прямое воздействие;
- +в) система технических решений, оказывающих прямое или косвенное воздействие;
- г) техническая политика направлена на обновление производственных фондов;

111. Показатели оценки эффективности материально-технической базы торгового предприятия:

- +а) основные фонды,;
- б) фондооснащенность;
- в) фондоотдача;
- г) коэффициент площади;

112. Первоначальная стоимость основных фондов:

- а) определяется как сумма затрат;
- б) определяется как разницу затрат на строительство;
- +в) определяется как сумма затрат на строительство;
- г) затраты на строительство

113. Восстановительная стоимость основных фондов:

- +а) это стоимость их воспроизведения на конкретный момент времени.
- б) стоимость воспроизведения на разные периоды времени;
- +в) позволяет оценить стоимость различных по сроку ввода;
- г) сумма затрат на строительство

114. Остаточная стоимость основных фондов:

- +а) это размер невозмещенной стоимости, сохранившейся в основных фондах ;
- б) исчисляется как разность первоначальной и восстановительной стоимостью ;
- в) это размер возмещенной стоимости,;
- г) размер невозмещенной стоимости

115. Оборот основных фондов:

- +а) это время, называется сроком их службы.
- б) это несколько промежутков времени, в которых происходит реализация товара;
- в) это дифференция по группам основных фондов.
- г) время, в течение которого совершается оборот основных фондов

116. Амортизационный фонд:

- а) отчисления дифференцированы по группам ;
- б) стоимость основных фондов;
- +в) амортизационные отчисления;
- г) 50% первоначальной стоимости основных фондов

117. Фондооснащенность:

- +а) стоимость используемых основных фондов из расчета на одного работника за период;
- б) отношение объема товарооборота к стоимости используемых основных фондов за период.
- в) стоимость активных фондов из расчета на одного работника торгово-оперативного персонала;
- г) фондоснащенность это стоимостной показатель торгово-оперативного персонала

118. Фондооруженность:

- а) отношение объема товарооборота к стоимости используемых основных фондов за период.
- +б) стоимость активных фондов из расчета на одного работника торгово-оперативного персонала;
- в) стоимость используемых основных фондов из расчета на одного работника за период;

г) фондооруженность это натуральный показатель

119. Фондоотдача:

- а) стоимость активных фондов из расчета на одного работника;
- б) стоимость используемых основных фондов из расчета на одного работника;
- +в) отношение объема товарооборота к стоимости фондов.
- г) фондооруженность и фондоотдача

120. Натуральные показатели, применяемые для оценки использования

основных фондов:

- +а) коэффициент использования торговой площади, емкости склада;
- б) коэффициент использования емкости склада;
- в) коэффициент использования торговой площади
и коэффициент обновления технических средств ;
- +г) ответы А, Б, В

121. Что представляют собой инвестиции в условиях рынка:

- а) вложение капитала в развитие материально-технической базы
- б) источниками инвестирования становятся частный капитал;
- в) изменение как источников финансирования инвестиционных объектов;
- +г) накопление, сбережение и воспроизводство капитала

122. Факторы, влияющие на инвестиционную деятельность торгового предприятия:

- +а) политическая стабильность, правовое и законодательное обеспечение инвестиций;
- б) норма прибыли на вложенный капитал;
- в) уровень инфляции;
- г) действующая система налогообложения

123. Краткосрочные инвестиции:

- +а) вложение капитала на период не более одного года;
- б) вложение капитала на период более одного года.
- в) вложение капитала на период более двух лет.
- г) вложение капитала не более двух лет;

124. Долгосрочные инвестиции:

- а) вложение капитала на период не более одного года;
- +б) вложение капитала на период более одного года.
- в) вложение капитала на период не более двух лет;
- г) вложение капитала на один год;

125. Процентная ставка в инвестиционном понятии:

- +а) применяется как измеритель доходности инвестиций торгового предприятия;
- б) сумма инвестируемых в настоящий момент средств;
- в) разница инвестируемых в настоящий момент средств;
- г) размер процентных ставок по кредитам банков;

126. Основные условия инвестиционной деятельности торгового предприятия:

- а) конъюнктура внешней инвестиционной среды;
- б) необходимый размер инвестиционных ресурсов;
- в) оценка дохода от капитальных вложений.
- +г) ответы А, Б, и В;

127. Сущность лизинга в инвестиционной деятельности торгового предприятия:

- +а) является одним из способов финансирования капитальных вложений в машины;

- б) договор имущественного найма с рядом характерных особенностей;
- в) сделка, в которой арендодатель берет на себя ответственность за ремонт и обслуживание оборудования;
- г) способ финансирования торгового предприятия;

128. Сущность понятия «настоящая стоимость» инвестиционного проекта:

- а) разница инвестируемых средств;
- +б) сумма инвестируемых средств;
- в) будущая стоимость денежных средств;
- г) процентная ставка;

129. Сущность понятия «будущая стоимость» инвестиционного проекта:

- +а) определение будущей стоимости денежных средств
- б) разница инвестируемых средств;
- в) сумма инвестируемых средств;
- г) процентная ставка;

130. Этапы формирования процесса инвестирования торгового предприятия:

- +а) реконструкция, модернизация, новое строительство и др.
- б) разработка бизнес-плана;
- в) реализация сформированной инвестиционной программы;
- г) с учетом предусмотренных финансовых ресурсов формируется портфель;

131. В каких целях используется результат анализа инвестиционной активности торгового предприятия?:

- а) определяются: стадии завершенности ранее принятых к освоению инвестиционных проектов;

- +б) стадии завершенности принятых к освоению инвестиционных проектов,
- в)потребность в финансовых ресурсах по незавершенным объектам и др.;
- г) разработка бизнес плана

132. Финансовый аспект образования инвестируемого капитала:

- а) применяется предприятием для финансирования текущих расходов и инвестиций
- б) вложения в уставный капитал хозяйствующего субъекта
- в) совокупность собранных воедино различных инвестиционных ценностей
- +г)собственные финансовые средства, кредиты;

133. Роль бизнес-плана для инвестиционных проектов:

- +а) разработка, обеспечивает оценку инвестиционных проектов.
- б) устанавливается целесообразность их выполнения работ.
- в) обеспечение качественной работы на предприятие
- г) для определения срока окупаемости капитальных вложений;

134. Показатели, используемые для оценки эффективности инвестиционных проектов:

- а) чистый приведенный доход ;
- б) коэффициент доходности;
- в) нормы доходности
- +г) сумма прибыли;

135. Сущность информационного обеспечения коммерческой деятельностью:

- +а) получение, передачу, обработку, накопление и реализацию выходной информации; информация
- б) язык важнейший элемент в управлении коммерческой деятельностью торгового предприятия
- в) техника важнейший элемент в управлении коммерческой деятельностью торгового предприятия

г) важнейший элемент в управлении коммерческой деятельностью торгового предприятия;

136. Источники исходной информации:

- а) маркетинговые исследования
- б) официальная статистика
- в) законы , регламентирующие акты
- +г) средства массовой информации;

137.Средства массовой информации:

- +а) законодательные и правительственные материалы;
- б) официальная государственная статистика;
- в) специализированные информационные агентства;
- г) отраслевые журналы

138. Аналитическая информация:

- а) законодательные акты
- +б) маркетинговые исследования рынков товаров;
- в) официальная статистика
- г) торгово-промышленных выставок;

139. Информационная система:

- а) материальная система, организующая, хранящая и преобразующая информацию;
- +б) вся функционирующая информация интегрируется в единую информационную базу;
- в) это организационно упорядоченная совокупность документов и информационных технологий;
- г) разрозненные потоки и блоки объединяются в единый информационный массив

140. Требования, предъявляемые к качеству информации:

- +а) достоверность, надежность;
- б) оперативность
- в) комплектность
- г) систематичность;

141. Достоинства автоматизированной технологии получения и обработки информации:

- а) достоверность, надежность;
- +б) осуществляется как поэтапное;
- в) решение коммерческих задач различного уровня;
- г) обеспечение централизованного накопления информации;

142. Составляющие в подборе комплекса технических средств для сбора, обработки и выдачи информации:

- + а) характер и состав задач, подлежащих выполнению;
- б) формы и способы представления результатов
- в) размер информации
- г) характер и состав задач;

143. Классификационные группы, используемых технических средств:

- + а) средства сбора, передачи, накопления, обработки и выдачи информации;
- б) средства сбора информации
- в) средства для реализации информации
- г) средства выдачи информации;

144. Средства сбора информации:

- а) газеты
- б) журналы

в) СМИ

+г) регистраторы исходных данных;

д) все ответы верны

145. Средства передачи информации во времени и пространстве:

+а) телефонная, телетайпная, факсимильная связи;

б) телетайпная связь

в) факсимильная связь

г) телефонная;

146. Средства накопления и обработки информации:

+ а) компьютеры

б) бумажные накопители

в) слова рассказчиков

г) нет правильного ответа;

д) все ответы верны

147.Средства выдачи информации:

+ а) видеотерминалы, печатающие устройства, дисплеи;

б) микро ЭВМ;

в) записывающие устройства

г) видеоматериалы;

148. Содержание автоматизированной технологии обработки:

+ а) должна отражать идеологию,;

б) внемашинное информационное обеспечение;

в) внутримашинное информационное обеспечение;

г) банк данных информации

149.Что включает внемашинное информационное обеспечение?:

- + а) классификацию и кодирование документооборотной информации;
- б) кодирование информации
- в) печать информации
- г) кодирование документооборотной информации;

150. Содержание внутримашинного информационного обеспечения:

- + а) банк данных
- б) накопители данных
- в) доступ к информации
- г) информация в виде небольшого числа массивов;

151.Цель защиты коммерческой информации в торговом предприятии:

- а) предотвращение хищения информации
- б) создание новых законов
- в) усиление давления на работника
- + г) от возможных посягательств со стороны конкурентов;
- д) все ответы верны

152. Сведения, относящиеся к разряду коммерческой тайны торгового предприятия:

- а) число работников организации
- + б) планы коммерческой и хозяйственной деятельности, ценообразование и стоимостные показатели;
- в) площадь офиса организации
- г) коммерческие данные конфиденциального характера;

153. Меры по защите и сохранению коммерческой информации, применяемые в зарубежных фирмах:

- а) уголовная ответственность за неразглашение;
- б) штраф, привлечение ответственности;
- в) административная ответственность;
- + г) расстановка и воспитание кадров;
- д) все ответы верны

154. Особенности защиты и сохранению коммерческой информации в компаниях Японии:

- + а) существует система пожизненного найма
- б) прием на работу иностранных граждан
- в) премия за неразглашение коммерческой тайны
- г) у работников воспитывают чувство преданности своей компании;

155. Правила в торговом предприятии при работе с документами, представляющими коммерческую тайну:

- а) запугивание работников организации о распространении коммерческой тайны
- б) строгий контроль за допуском работников к документации
- + в) назначение лиц ответственных за делопроизводство;
- г) внедрение автоматизированной технологии защиты коммерческих сведений;

156. С какой целью делится информация, содержащая коммерческую тайну между исполнителями?

- +а) в целях исключения утечки коммерческой тайны;
- б) стимулирование и поощрение исполнителей;
- в) строгий контроль за допуском работников к служебной информации;
- г) строгий контроль за допуском работников к служебной документации

157. Понятие и роль управления деятельностью торгового предприятия в условиях рынка:

- а) организационные методы основаны на организационно-распорядительном обеспечении;
- б) обеспечение взаимодействия между коммерческой деятельностью и целями торгового предприятия;
- +в) воздействие человека на объекты и процессы в целях придания деятельности предприятия коммерческой направленности;
- г) деятельность торгового предприятия не протекает самостоятельно, она направляется людьми;

158. Субъекты управления:

- +а) кто управляет;
- б) торговый процесс;
- в) коммерческое дело;
- г) экономика;

159. Объекты управления:

- +а) кем управляют и то чем управляют;
- б) администраторы;
- в) коммерческое дело;
- г) управляющие и управляемые

160. Функции управления по теории А. Файоля:

- а) планирование
- б) координация и контроль
- в) организация
- + г) планирование, организация и др;

161. Процесс управления по теории М.Х. Мескона:

- а) получения определенных результатов;

+б) серия взаимосвязанных управленческих функций;

в) взаимодействие субъектов и объектов;

г) планирование, организация

162. Принципы построения управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

а) обеспечение согласованности между подразделениями,

б) обеспечение взаимодействия между коммерческой деятельностью

в) обеспечение исполнительной информацией

+г) ответы А, Б;В;

163. Суть понятия иерархичности структуры управления:

+а) организация управления должна быть ориентирована

б) действия должны быть скоординированы

в) связь коммерческих процессов

г) иерархический ранг

164. Комплексный поход в управлении:

+а) принимаются во внимание все факторы

б) связь коммерческих процессов предприятия

в) действия должны быть скоординированы и согласованы

г) связь коммерческих процессов торгового предприятия

165. Адаптивность структуры управления:

+а) гибкость и приспособляемость структуры управления к переменам и условиям окружающей среды

б) должны достигаться стабильность и надежность управления коммерческой деятельностью

в) получение исходной информации, обработку, анализ и выдачу результатов управляющего воздействия

г) получение исходной информации, обработку, анализ и выдачу результатов

166. Исполнительная информации:

- а) связь коммерческих процессов торгового предприятия с субъектами внешней среды
- +б) получение исходной информации, обработку, анализ и выдачу
- в) действия должны быть скоординированы и согласованы во времени
- г) приспособляемость структуры управления

167. Методы управления коммерческими процессами и деятельностью в торговом предприятии

- + а) административные, организационные;
- б) административные;
- в) организационные;
- г) правовые

168. Административные методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- +а) иерархическое построение системы управления
- б) нормативное обеспечение
- в) не исключаются различные компромиссные решения;
- г) организационно-распорядительном обеспечении

169. Организационные методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- а) нормативное обеспечение
- +б) организационно-распорядительное, организационно-методическое и нормативное обеспечение;
- в) организационно-методическое обеспечение;
- г) организационно-распорядительное обеспечение

170. Экономические методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- а) организационно-распорядительное обеспечение;

- б) воздействие окружающей экономической среды;
- в) иерархическое построение системы управления;
- +г) экономическая стратегия торгового предприятия;

171. Правовые методы управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- +а) использование правового механизма;
- б) нормативное обеспечение
- в) воздействие окружающей экономической средой
- г) правовые и законодательные акты

172. Функции процесса управления коммерческой деятельностью:

- +а) планирование, организация;
- б) воздействие
- в) обеспечение
- г) планирование и прогнозирование

173. Задачи планирования при управлении коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- +а) планирование закупок, товарных запасов;
- б) планирование закупок
- в) планирование продаж
- г) показатели в результате их выполнения

174. Сущность организации как функции управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- а) контроль действий исполнителей
- б) упорядочение действий исполнителей
- в) регламентирование действий исполнителей
- +г) упорядочение, согласование, регламентирование;

175. Учет как функция управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- +а) документальное оформление поступлений, приемки;
- б) документальное оформление товаров;
- в) документальное оформление реализации товаров;
- г) документальное оформление реализации товаров и их движения

176. Контроль-функция процесса управления:

- +а) активное слежение за исполнением управленческих воздействий;
- б) упорядочение действий исполнителей
- в) регламентирование действий исполнителей
- г) активное слежение за исполнением воздействий

177. Источники осуществления коммерческой деятельности:

- +а) рыночная среда, правовые и нормативные акты;
- б) обеспечение сохранности материальных ценностей и денежных средств
- в) правовые и нормативные акты, используемые для принятия решений
- г) взаимосвязь избранной стратегии развития торгового предприятия;

178. На какие товары устанавливается срок годности?

- а) промышленные товары;
- +б) медикаменты, пищевые продукты;
- в) изделия из стекла;
- г) все ответы верны

179. Информация об изготовителе (продавце) должна содержать:

- а) фирменное наименование или наименование;
 - б) место его нахождения (адрес);
 - в) номер и срок действия лицензии
- +г) все ответы верны

180. Типы организационной структуры торгового предприятия:

- а) линейная
 - б) функциональная
 - в) линейно-функциональная
- +г) линейная, функциональная, линейно-функциональная и др.;

181. Линейная организация торгового предприятия:

- +а) распределение полномочий идет сверху вниз;
- б) шахтный принцип построения управленческого процесса по основным функциям;
- в) создается группа специалистов, так называемый штаб;
- г) создается оперативно-аналитический отдел;

182. Функциональное управление коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- +а) планирование, организация, учет, контроль, экономический анализ, прогнозирование;
- б) распределение полномочий идет сверху вниз
- в) создается группа специалистов, так называемый штаб, или оперативно-аналитический отдел
- г) экономический анализ показателей коммерческой деятельности. прогнозирование спроса и продаж

183. Линейно-функциональная структура управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- +а) шахтный принцип построения управленческого процесса по основным функциям;

- б) управление по отдельным функциям (маркетинг, финансы, сбыт, кадры);
- в) создается группа специалистов, так называемый штаб, или оперативно-аналитический отдел;
- г) иерархия служб по основным функциям;

184. Линейно-штабная организационная структура управления коммерческой деятельностью торгового предприятия:

- +а) при линейном руководителе создается в помощь ему группа специалистов;
- б) сочетание вертикально-линейные и функциональные связи
- в) шахтный принцип построения управленческого процесса
- +г) распределение полномочий идет сверху вниз;

185. Дивизиональная организационная структура

- +а) деление организации на элементы и блоки по видам товаров или услуг;
- б) сочетание вертикально-линейные и функциональные связи;
- в) распределение полномочий идет сверху вниз;
- г) высшее звено руководителей в значительной мере освобождается от второстепенных функций

186. Матричная структура управления:

- +а) сочетание вертикально-линейные и функциональные связи с горизонтальными
- б) распределение полномочий идет сверху вниз
- в) шахтный принцип построения управленческого процесса по основным функциям
- г) персонал функциональных подразделений обязан выполнять указания руководителей

187. Организационная структура торгового предприятия со средним товарооборотом и неширокой номенклатурой товаров:

- а) матричная;
- б) линейно-штабная;
- +в) линейная;

г) функциональная

188. Организационная структура торгового предприятия с большим объемом реализации продовольственных товаров:

+а) состоит из трех взаимосвязанных уровней: ;

б) линейно-функциональная;

в) линейно-штабная;

г) дивизиональная

189. Организационная структура оптовой торговой фирмы по продаже сырья и

средств производства:

+а) иерархический ранг и управление имеют два уровня;

б) функциональная;

в) матричная;

г) планово-экономический, финансовый, маркетинговых исследований. юридический отделы;

190. Схема поставки средств производства и готовой продукции между предприятиями по взаимозачётному циклу:

+а) предприятие берет на себя обязанности поставщика материалов

б) выполняет торгово-посреднические функции;

в) вырабатывается стратегия товарно-материального обеспечения;

г) основой взаимных расчетов служат долговые обязательства

191. Элементы социальной среды торгового предприятия:

а) условия и охрана труда

б) ресурсы и потенциал

в) социальная защита

+г) социальным принято называть все;

192. Сущность директивного стиля управления:

- +а) иерархическая структура, воздействие на работников осуществляется принудительными мерами путем контроля;
- б) обеспечение самоконтроля в ходе выполнения заданий
- в) повышение риска принятия ошибочных решений
- г) стиль управления порождает напряжение в коллективе и препятствует сотрудничеству;

193. Сущность демократического стиля управления:

- +а) выработка и принятие решений осуществляются руководителем;
- б) развитие ответственности и самоутверждения исполнителей
- в) возникновение препятствий к сотрудничеству
- г) исполнители знают круг своих обязанностей

194. Продукт управленческого труда:

- +а) управленческие действия и решения
- б) состав, содержание и условия внутренней среды торгового предприятия
- в) определение факторов, влияющих на трудовую деятельность
- г) нет правильных ответов;

195. Предмет управленческого труда:

- +а) управленческие действия и решения,
- б) состав, содержание и условия внутренней среды торгового предприятия;
- в) постепенное развитие демократизации трудовых коллективов;
- г) структурные службы, подразделения

196. Адаптация исполнителей к новым условиям работы:

- +а) приспособление работников и торгового предприятия к новым условиям
- б) формирование понимание их собственной роли в общем производственном процессе
- в) персонал расценивается как главный ресурс торгового предприятия

г) личностные качества работника

197. Факторы, влияющие на адаптацию исполнителей к новым условиям работы:

- а) престиж и привлекательность работы
- б) личностные качества работника
- в) социально-психологическая атмосфера в коллективе
- +г) все ответы верны

198. Роль квалификации и образовательного уровня торгового работника в коммерческой деятельности торгового предприятия:

- +а) принятие обдуманных решений, нацелены на получение конкретных результатов, изобретательны, энергичны;
- б) наличие отработанного механизма внедрения нововведений
- в) ответственность за обеспеченность и стабильность продвижения и продажи товаров покупателям
- г) восприимчивы к нововведениям и готовы рисковать

199. Поощрительные меры за результаты работы торгового работника:

- +а) выплаты социального характера
- б) премии, награды;
- в) увеличение рабочих часов;
- г) социальные выплаты

200. Признаки деловых качеств работников управления:

- а) организаторские способности
- б) должное выполнение служебных обязанностей
- в) профессионализм
- +г) все ответы верны

201. Деловые качества коммерсанта-предпринимателя:

- +а) умение принимать правильные коммерческие решения
- б) знание иностранных языков
- в) культура общения
- г) профессионал, умеющий принимать правильные коммерческие решения;

202. Задачи исследования целевых рынков:

- +а) оценка рыночного окружения;
- б) выявление структуры спроса и предложения;
- в) выработка альтернативных решений по обследуемым объектам и их использование;
- г) спрос и предложение

203. Рабочая гипотеза:

- а) конечный результат исследования;
- +б) обоснованное предположение путей решения поставленных задач;
- в) первоначальная стадия исследования;
- г) пути развития рынка

204.Потребительский рынок как сфера обмена:

- а) производство;
- +б) потребление;
- в) распределение;
- г) производство, потребление, распределение

205.Механизм регулирования потребительского рынка:

- а) метод прогнозирования;
- б) метод решения задач;
- +в) метод экспертных оценок

г) метод прогнозирования и решения задач;

206. Сущность понятия «прогноз спроса покупателей»:

- а) удовлетворение потребительских требований;
- б) оценка покупателями потребительских товаров;
- +в) главное условие в определении качественных изменений;
- г) удовлетворение спроса

207. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка:

- а) экстраполяции;
- б) экспертных оценок;
- в) математического моделирования;
- +г) все ответы верны

208. Факторы, формирующие спрос на потребительские товары:

- +а) мотив покупки, объем спроса;
- б) мотив покупки;
- в) объем спроса;
- г) динамика цен

209. Источники исходной информации о состоянии потребительского рынка:

- +а) официальная государственная статистика;
- б) отраслевая и ведомственная статистика;
- в) панельные обследования;
- г) государственная и ведомственная статистика;

210. Содержание государственной статистики:

- +а) экономические материалы, отражающие динамику рынка;
- б) социальные материалы, отражающие динамику рынка;

- в) демографические материалы, отражающие динамику рынка;
- г) социальные материалы

211. Функция отраслевой и ведомственной статистики:

- а) основная;
- б) вспомогательная;
- +в) основная и вспомогательная;
- г) информация о контингенте покупателей

212. Панельные обследования:

- +а) периодическое опрашивание потребителей для установления динамики;
- б) отражают динамику рынка;
- в) вспомогательная функция;
- г) личная беседа;

213. Опросы потребителей:

- +а) путем интервьюирования.;
- б) анкетирования;
- в) опросов;
- г) интревьюирования

214. В каких целях используются машиносчитывающие данные о движении товаров:

- +а) фиксирования повседневного движения;
- б) темпы их потребления;
- в) учет;
- г) движение товаров и учет

215. Сущность экспертной оценки:

- + а) аргументированная точка зрения высококвалифицированных специалистов;
- б) компетентные оценки тех или иных объектов, процессов;
- в) точка зрения специалистов;
- г) компетентная оценка процессов

216. Тестирование:

- +а) метод социально-психологического изучения поведения потребителей;
- б) точка зрения специалистов;
- в) анкетирование;
- г) анкетирование и точка зрения специалистов

217. Эксперимент:

- а) точные результаты исследования конкретного объекта;
- +б) неточные результаты исследования конкретного объекта;
- в) метод социально-психологического изучения поведения потребителей;
- г) изучение поведения потребителей

218. Спрос это:

- + а) аналитический учет всей структуры;
- б) опрос покупателей до и после рекламы;
- в) метод социально-психологического изучения поведения потребителей;
- г) изучение поведения потребителей

219. Основные детерминанты спроса:

- +а) потребительские требования; мотивы покупки, платежеспособность потребителей
- б) мотивы покупки;
- в) платежеспособность потребителей;
- г) потребительские требования

220. Виды информации, используемые при оценки спроса:

- + а) социально-экономическая информация;
- б) субъективно-психологическая информация;
- в) товароведческая информация;
- г) СМИ

221. Содержание социально-экономической информации:

- +а) данные о потребностях и покупательной способности;
- б) тенденции развития спроса;
- в) зависимость от социального положения покупателей;
- г) покупательная способность потребителей

222. Сущность социально-психологической информации:

- +а) характеризует мотивы приобретения товаров;
- б) зависимость от социального положения покупателей;
- в) данные о потребностях и покупательной способности;
- г) товароведческая информация

223. Товароведческая информация:

- +а) отражает потребительские оценки свойств товаров;
- б) характеризует мотивы приобретения товаров;
- в) данные о потребностях и покупательной способности;
- г) тенденции развития спроса

224. Социально-демографическая информация:

- +а) характеризует контингент покупателей;
- б) данные о потребностях и покупательной способности;
- в) характеризует мотивы приобретения товаров;
- г) национальные особенности

225. Динамика спроса при снижении цены на товар:

- + а) товар становится более доступным;
- б) число потребителей товара растет с объемом продаваемого товара;
- в) товар больше покупается;
- г) увеличивается производство данного товара

226. Динамика спроса при повышении цены на товар:

- +а) обуславливается адекватный объем продаж;
- б) товар становится более доступным;
- в) товар больше покупается;
- г) товар становится менее доступным для потребителей

227. Динамика предложения при снижении цены на товар:

- а) товар больше покупается;
- +б) снижение величины предложения;
- в) возрастает величина предложения;
- г) товар не пользуется спросом

228. Динамика предложения при повышении цены на товар:

- +а) возрастает величина предложений;
- б) снижается величина предложения;
- в) товар больше покупается;
- г) товар становится более доступным

229. Дайте определение понятию «равновесная цена»:

- +а) Цена, при которой объем спроса равен объему предложения;
- б) Цена, при которой объем спроса не равен объему предложения;
- в) Цена, при которой объем спроса равен объему спроса;

г) Цена, при которой объем спроса больше объема предложения;

230. Рыночный механизм взаимодействия спроса и предложения при краткосрочном периоде:

- а) увеличится цена;
- +б) увеличится спрос на данный товар;
- в) увеличится выпуск товара;
- г) уменьшится спрос на данный товар

231. Рыночный механизм взаимодействия спроса и предложения при долгосрочном периоде:

- а) увеличится спрос на данный товар;
- +б) увеличится выпуск товара;
- в) увеличится цена;
- г) уменьшится спрос на данный товар;

232. Методы прогнозирования рыночного спроса:

- +а) экстраполяция временных рядов, метод скользящей средней;
- б) метод скользящей средней;
- в) метод наименьших квадратов;
- г) экстраполяция временных рядов;

233. Какую зависимость характеризует коэффициент эластичности:

- а) характеризует влияние одной переменной на спрос;
- б) показывает как изменяется величина спроса;
- +в) показывает как изменяется величина спроса на тот или иной товар;
- г) показывает изменение цены товара;

234. Цель использования корреляционного и регрессионный анализы при прогнозировании спроса:

- а) позволяют отобрать факторы, оказывающие сильное воздействие на спрос;
- б) прогнозирование спроса;
- в) отражают тенденцию зависимости спроса;
- +г) определить факторы, оказывающие наиболее сильные воздействия на спрос

235. Каким методом определяют нормативы потребления товаров:

- + а) нормативно-справочная, норматично-техническая, технико-экономическая документация и др.
- б) Нормативное обеспечение;
- в) Анализ, направленный на прогнозную оценку;
- г) физиологические нормы потребления;

236. Методы экспертных оценок, используемые при прогнозировании спроса:

- а) компромиссная оценка;
- б) взвешенное решение задачи;
- +в) индивидуальный опрос эксперта;
- г) коллективное обсуждение и повторные пересмотр оценок;

237. Взаимосвязь цены и качества продукции:

- +а) повышение качества способствует повышению цены;
- б) снижение качества приводит к повышению цены;
- в) повышение цены приводит к снижению качества;
- г) снижение цены приводит к повышению качества

238. Действия торговых предприятий по сбалансированности цены и качества продукции в целях удовлетворения запросов потребителей:

- +а) приведение уровня качества продукции в соответствии с запросами и требованиями покупателей;
- б) обеспечение производства обновляемой и конкурентоспособной продукции;
- в) формирование цены в зависимости от потребительских свойств товара;
- г) потребительские свойства и цена- главные составляющие конкурентоспособности;

239. Сущность понятия «конкурентоспособность продукции»:

- а) отражает отличие товара от товара-конкурента;
- б) потребительские свойства и цена- главные составляющие конкурентоспособности;
- +в) сравнение товаров однородного свойства, удовлетворяющих одну и ту же потребность;;
- г) формирование цены в зависимости от потребительских свойств товара;

240. Факторы конкурентоспособности товара:

- +а) обновляемость, полезность, надежность;
- б) полезность;
- в) надежность;
- г) обновляемость

241. Сущность понятия «конкурентоспособность торгового предприятия»:

- +а) устойчивые позиции предприятия на рынке;
- б) устойчивое место предприятия на рынке;
- в) качество товаров ;
- г) цены на товары предприятия

242. Факторы конкурентоспособности торгового предприятия:

- +а) качество товаров предприятия, цены;
- б) качество товаров предприятия;
- в) цены на товары предприятия;

г) спрос на товары предприятия

243. Сущность концепции продукции в современных условиях:

+а) обновляемость, полезность, надежность и др.

б) стратегия обновления продукции;

в) выявление позиций конкурентов;

г) современные требования к качеству товаров;

244. По каким показателям определяют качество продовольственных товаров:

а) нормативные;

б) физические и химические;

в) функциональные;

+г) нормативные, функциональные, химический состав и др.;

245. Укажите состав нормативных показателей продовольственных товаров:

+а) все верны

б) размеры;

в) состав и соотношение компонентов;

г) допускаемые отклонения

246. Укажите состав функциональных показателей продовольственных товаров:

а) пищевая ценность;

б) энергетическая ценность;

в) биологическая ценность;

+г) все верны

247. Укажите показатели химического состава продовольственных товаров:

+а) углеводы, белки, жиры, глюкоза и др.;

б) глюкоза, белки;

в) минеральные вещества, белки;

г) белки, углеводороды;

248. Укажите физические свойства продовольственных товаров:

+а) однородность продукта, регламентируемая масса;

б) внешний вид;

в) углеводы;;

г) витамины

249. Какие показатели характеризуют безопасность потребления продукции (экологические):

+а) нитраты, пестициды, радионуклиды;;

б) пестициды;

в) тяжелые минералы;

г) нитраты

250. Что входит в понятие «сохраняемость» продовольственных товаров:

а) категория (стандартные, нестандартные);

б) отходы;

в) убыль;

+г) категория, отходы, убыль

д) все ответы верны

251.Какие показатели характеризуют технологические свойства продовольственных товаров:

а) цвет;

б) вкус;

в) консистенция;

+г) цвет, вкус, консистенция, содержание отходов

252. Показатели, характеризующие транспортабельность продовольственных товаров:

- +а) физико-механические повреждения;
- б) убыль;
- в) цвет;
- г) вкус

253.Что такое цена?

- +а) критерий, определяющий покупательские восприятия;
- б) влияет на решения о покупке товаров;
- в) влияет на прибыль;
- г) предопределяет объем производства и продаж товаров

254. Методы формирования цены торговыми предприятиями в условиях рынка:

- +а) на основе издержек, торговой наценки, спроса покупателей
- б) выступает как единственное средство конкурентной борьбы;
- в) предопределяет объем производства и продаж товаров;
- г) метод определения цены на основе рыночных цен

255.Сущность метода образования цены на товар с ориентацией на издержки:

- а) издержки, товарные наценки, спрос покупателей, ценовая конкуренция;
- б) смещение торговой наценки в сторону снижения оправдано ростом объема продаж;
- в) мнения покупателей являются предпосылками установления цены на продаваемые товары;
- +г) сумма издержек, включающие постоянные и переменные затраты на производство;

256. Определение цены на товар на основе торговой наценки:

- а) смещение торговой наценки в сторону снижения оправдано ростом объема продаж;
- б) суммарные издержки, включающие постоянные и переменные затраты на производство;
- в) мнения покупателей являются предпосылками установления цены на продаваемые товары;
- +г) шкала цены зависит от торговой наценки, взимаемой за предоставление услуг по продаже товаров.

257. Определение цены на товар на основе спроса покупателей:

- а) мнения покупателей являются предпосылками установления цены на продаваемые товары;
- б) суммарные издержки, включающие постоянные и переменные затраты на производство;
- в) смещение торговой наценки в сторону снижения оправдано ростом объема продаж;
- +г) покупатель, делая выбор товара, исходит из соответствия цены его спросу;

258. Определение цены на товар с учетом ценовой конкуренции:

- а) оказывает конкурентное положение товара и ценовая конкуренция на рынке;
- б) мнения покупателей являются предпосылками установления цены на продаваемые товары;
- в) суммарные издержки, включающие постоянные и переменные затраты на производство;
- +г) ориентация на сравнительные цены продаваемых товаров позволяет устанавливать реальную цену;

259. Ценовая политика торгового предприятия на новые товары:

- а) на новый продукт устанавливается высокая цена;
- б) а новый продукт устанавливается низкая цена;
- в) на новый продукт устанавливается средняя цена;
- +г) применяются два подхода: устанавливается высокая цена, низкая цена.

260. Какова цель торгового предприятия при завышении цены на новый продукт?:

- +а) отсутствие конкуренции, что позволяет проводить политику завышенной цены;
- б) новый продукт или новая услуга;
- в) в целях привлечения потребителей;
- г) чем больше новизны в товаре,.тем быстрее окупятся редства

261. Какова цель торгового предприятия при установлении низкой цены на новый товар?:

- а) в целях привлечения потребителей;
- б) новый продукт или новая услуга;

- в) отсутствие конкуренции, что позволяет проводить политику заниженной цены;
+г) в целях привлечения потребителей, завоевание значительной доли конкретного рынка

262. Регуляторы, оказывающие влияние на цену товара:

- а) скидка на у торговывание цены на товар ;
б) скидка цены на объем закупки товаров;
в) поправка цены на параметры и качество закупаемых товаров;
+г) скидка на у торговывание цены на товар, объем закупки товаров и др.

263. Сущность модели ценообразования на продаваемые товары японскими фирмами:

- а) соотношение качества и количества товаров;
б) единая ценовая линия вездесущих кумулятивов;
в) при устойчивом конкурентном положении товара устанавливается цена выше;
+г) ориентированы на способ определения цены , при которой обеспечивается максимальная прибыль.

264. Дайте определение понятию «товарообеспечение предприятий розничной торговли» :

- а) процесс купли-продажи, связанный с обменом товара на денежку;
+б) процесс доведения товаров из сферы производства в сферу потребления;
в) процесс доведения товаров через складские звенья и доставка в торговую сеть;
г) поставки товаров от производителя товара напрямую к потребителю.

265. Дайте определение понятию «товароподвижение» предприятий розничной торговли:

- а) продолжение процесса купли-продажи;
+б) формирование партий товаров, отгрузка, перевозка,;
в) отгрузка и перевозка товаров;
г) доставка товаров в торговую сеть.

266. Организация товарообеспечения предполагает:

- + а) введение закупок товаров с учетом запросов потребителей и др.;
- б) принятие целевых решений по закупке и поставке товаров;
- в) регулирование и оптимизация товарных запасов;
- г) выбор вариантов каналов распределения.

267. Принципы товароподвижения:

- +а) планомерность, ритмичность, оперативность;
- б) ритмичность;
- в) оперативность;
- г) технологичность.

268. Назовите этапы модели закупки и доведения продукции до покупателей в розничном торговом предприятии:

- а) выявление спроса покупателей;
- б) формирование номенклатуры товаров;
- в) принятие целевых решений по закупке и поставке товаров;
- +г) выявление спроса покупателей, формирование номенклатуры;

269. На каком этапе проводится выявление спроса покупателей при закупке и доведении продукции до покупателей в розничном торговом предприятии:

- а) третий этап;
- +б) первый этап;
- в) пятый этап;
- г) шестой этап.

270. На каком этапе проводится формирование номенклатуры товаров при закупке

и доведении продукции до покупателей в розничном торговом предприятии:

а) четвертый этап;

б) шестой этап;

+в) второй этап;

г) пятый этап.

271. Раскройте содержание третьего этапа модели закупки и доведения продукции до покупателей в розничном торговом предприятии:

а) исследование рынка товаров;

б) исследование рынка товаров и выявление потребности в ассортименте;

в) исследование рынка товаров возможностей поставщиков;

+г) принятие целевых решений по закупке и поставке товаров.

272. На каком этапе проводится выбор поставщиков продукции при закупке и доведении продукции до покупателей в розничном торговом предприятии:

а) третий этап;

б) второй этап;

+в) четвертый этап;

г) пятый этап.

273. Раскройте содержание этапа «Управление технологическими процессами» модели закупки и доведения продукции до покупателей в розничном торговом предприятии:

+а) прием, складирование, поддержание товарных запасов, сохранности;

б) изучение рынка закупок, критериями оценки реальных и потенциальных возможностей поставщиков;

в) исследование рынка товаров, изучение рынка закупок;

г) прием, складирование, изучение рынка закупок.

274. Раскройте содержание шестого этапа модели закупки и доведения продукции до покупателей в розничном торговом предприятии:

- а) исследование рынка товаров возможностей поставщиков;
- +б) устанавливается на основе издержек обращения и прибыли от продажи продукции;
- в) исследование рынка товаров;
- г) принятие целевых решений по закупке и поставке товаров.

275.Формы товародвижения в розничную торговую сеть:

- +а) складская форма товародвижения, транзитная форма товародвижения;
- б) транзитная;
- в) транспортная форма товародвижения;
- г) складская.

276. Сущность транзитной формы товародвижения в розничную торговую сеть:

- +а) заключается в отгрузке или завозе товаров в розничную торговую сеть;
- б) применение в основном при доставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента;
- в) звенья через которые проходит товар при движении от производителя к потребителю;
- г) доставка товара до потребителя по средствам транзита.

279.Назовите варианты каналов распределения по числу посредников, занятых доведением до потребителя:

- +а) одноуровневые, двухуровневые, трехуровневые;
- б) двухуровневые;
- в) трехуровневые;
- г) одноуровневые.

280. Способы доставки товаров в розничную торговую сеть автомобильными средствами:

- +а) прямые каналы товародвижения;
- б) смешанные каналы товародвижения;

в) косвенные каналы товародвижения;

г) самовывоз.

281. Сущность централизованной перевозки товаров в розничную торговую сеть заключается:

а) применение при доставке в розничную сеть товаров сложного ассортимента;

+б) стабильное поступление заказанных товаров к месту назначения;

в) используется в малых и средних розничных торговых предприятиях;

г) поставка товаров товаропроизводителем с конвертером;

282. Сущность централизованной перевозки товаров в розничную торговую сеть:

а) применение при доставке в розничную сеть товаров сложного ассортимента;

+б) стабильное поступление заказанных товаров к месту их назначения;

в) используется в малых и средних розничных торговых предприятиях;;

г) поставка товаров товаропроизводителем с конвертером;

283. Назовите основные факторы, влияющие на механизм распределения товаров:

а) временной, денежный

б) денежный, финансовый

в) человеческий, денежный

+г) временной, финансовый, человеческий и др.

284. Источники поступления потребительских товаров в розничную торговую сеть:

+а) оптово-розничные склады, розничные рынки и др.;

б) магазины;

в) автоперевозки;

г) палатки.

285. Какие есть основные критерии оценки поставщиков применяют в процессе

закупочной деятельности:

- +а) регулярность поставки;
- б) красивая реклама
- в) сотрудничество с конкурентами
- г) красивые сотрудницы .

286. Какие главные критерии оценки поставщиков применяют в процессе закупочной деятельности:

- +а) регулярность поставки;
- б) красивая реклама
- в) сотрудничество с конкурентами
- г) красивые сотрудницы .

287. Какие существуют основные критерии оценивания поставщиков применяют в процессе закупочной деятельности:

- +а) регулярность поставки товаров;
- б) красивая реклама
- в) сотрудничество с конкурентами
- г) красивые сотрудницы .

289. Основание для расторжения покупателем договора с поставщиком товара в одностороннем порядке:

- + а) при существенном нарушении договора другой стороны
- б) в связи с изменившимися обстоятельствами
- в) другие случаи предусмотренные законом
- г) недопоставка товара поставщиком.

290. Основание для расторжения договора поставщиком товара с покупателем в одностороннем порядке:

- + а) при существенном нарушении договора другой стороны;

- б) в связи с изменившимися обстоятельствами ;
- в) другие случаи предусмотренные законом;
- г) задолженность по оплате товаров покупателем.

291. Способы ведения переговоров о предстоящей торговой сделке:

- а) через социальные сети;
- +б) личная встреча, телефонный разговор;
- в) через доверенных людей
- г) деловая переписка.

292. Порядок заключения договоров:

- +а) предложение стороны о заключении договора, анализ предложения, встреча сторон, подписание договора;
- б) просмотр предложения сторон, предложение одной стороны о заключении договора, анализ предложения;
- в) встреча сторон, предложение стороны о заключении договора, анализ предложения;
- г) подписание договоров, предложение стороны о заключении договора, анализ предложения.

293..Коммерческие операции, осуществляемые на складе торгового предприятия:

- + а) прием и контроль поставленных товаров, размещение товаров, обеспечение правил хранения товаров;
- б) поступившие товары на склад проверяется их состояние, количество и качество;
- в) обеспечение технологического процесса по содержанию и хранению товаров;
- г) закрепление за группами и подгруппами однородного признака постоянных мест нахождения.

294. Что понимают под обеспечением технологического процесса по содержанию и хранению товаров?

- а) поступившие товары на склад проверяется их состояние, количество и качество;
- б) обеспечение технологического процесса по содержанию и хранению товаров;
- +в) создание необходимых условий для содержания товаров и сохранения их потребительских свойств;

г) входные, выходные и внутрискладские операции,

295. Что понимается под управлением размерами товарных запасов торгового предприятия?

- +а) комплекс мер, обеспечивающих поддержание товарных запасов в нормативных размерах;+
- б) отпуск и подача товаров к местам продажи;
- в) поступившие товары на склад проверяется их состояние, количество и качество;
- г) учет движения товарно-материальных средств.

296. Виды товарных запасов в зависимости от целевой предназначенности:

- + а) технологические, текущие, и др.;
- б) текущие, гарантийные
- в) гарантийные, страховой запас
- г) страховой запас.

297. Срок службы изготовитель вправе устанавливать на товар, предназначенный для :

- а) краткосрочного использования;
- б) сезонного использования;
- +в) длительного использования;
- г) недельного использования

298. Срок службы может измеряться :

- а) единицами времени;
- б) иными единицами измерения (километрами, циклами и др.);
- в) верно только А;
- +г) оба ответа верны

299. Организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям- это:

- а) продавец;
- б) покупатель;
- в) исполнитель;
- +г) изготавитель

300. В чем заключается обеспечение комплексности товарных запасов?

- +а) совокупность: рабочий запас, заказ текущего пополнения;
- б) эффективность использования товарных запасов;
- в) величина товарных запасов зависит от объема и структуры реализации товаров;
- г) наличие товаров широко ассортимента.

301. Сущность понятия оптовая торговля:

- а) является проводником товаров до потребителей;
- б) оптовая торговля – это катализатор происходящих изменений в производстве и потреблении;;
- в) оптовые предприятия, преобразуют производственный ассортимент продукции в торговый;;
- +г) реализация больших партий и объемов товаров.

302. Концепция оптовой торговли – составная часть общей государственной торговой политики?

- а) образование оптово-посреднических структур рыночного типа на районном, региональном, межрегиональном, федеральном уровнях;
- б) база оптово-посреднической торговли создается в целях устойчивого продвижения товаров и заполнения рынка;
- в) оптовые торговые предприятия устанавливают хозяйствственные связи как с производителями, так и с потребителями;
- +г) предусматривает образование разнообразных оптово-посреднических структур рыночного типа на разных уровнях.

303. Задачи оптовой торговли в современных условиях:

- а) формирование торгового ассортимента;
- б) поиск поставщиков товаров для розничных предприятий и других покупателей;

в) проведение политики своевременного обновления и улучшения качества товаров;
+г) анализ состояния целевых рынков, укрепление материально-технической базы ;

304. Существуют формы оптовой торговли:

- + а) транзитная и складская;
- б) транзитная;
- в) складская;
- г)мелкооптовая.

305. Методы оптовой торговли со склада:

- а) продажа товаров через автосклады, которые загружаются товарами на базе и, выезжая по графику;
- б) обеспечение технологического процесса по содержанию и хранению товаров;
- в) привлечение при формировании портфеля заказов многочисленных торговых агентов;
- +г) на основе личной отборки, по телефонным и письменным заказам и др.

306. Цели оптового торгового предприятия:

- + а) удовлетворение спроса на товары в удобное для потребителя время и в необходимом количестве;
- б) целевое производство товаров, устанавливают связь как с производителями;
- в) устанавливают связь как с производителями , так и с потребителями;
- г) обновление и качество товаров, устанавливают связь с производителями

307. Формы оптовой торговли:

- + а) транзитная и складская формы;
- б) транзитная форма;
- в) складская форма;
- г)мелкооптовая форма.

308. Формы кооперации в оптовой торговле:

+ а) горизонтальная и вертикальная;

б) горизонтальная;

в) вертикальная;

г) оптовые предприятия.

309. Горизонтальная форма кооперации в оптовой торговле:

+а) сотрудничают предприятия. Находящиеся на одной хозяйственной ступени;

б) кооперация по ассортименту реализуемой продукции;

в) кооперация по перекрестной поставке товаров определенного ассортимента;

г) предприятия товаропроизводителей, предприятия оптовой торговли.

310. Вложение капитала на период не более одного года – это

+а) краткосрочные инвестиции

б) долгосрочные инвестиции

в) модернизация

г) реальные инвестиции

311. Выделяют формы кооперации в оптовой торговле:

+ а) горизонтальная и вертикальная;

б) горизонтальная;

в) вертикальная;

г) оптовые предприятия.

312. Какие есть формы кооперации в оптовой торговле:

+ а) горизонтальна и вертикальная;

б) горизонтальная;

в) вертикальная;

г) оптовые предприятия.

313. Какие совместные функции торговых предприятий имеют место в рамках добровольных торговых цепочек?

а) политика сбыта;

б) организация закупочных объединений;

в) осуществление прямого сбыта;

+ г) базируются на совместно выработанной стратегии действий на рынке сбыта.

314. Какие системы оптовых закупок применяются в объединениях горизонтальной и вертикальной кооперации в торговле?

а) распределительная система, находящаяся на одной хозяйственной ступени

б) сотрудничают предприятия, находящиеся на одной хозяйственной ступени;

в) предприятия товаропроизводителей, предприятия оптовой торговли мелкооптовые предприятия;

+ г) сотрудничают предприятия одной хозяйственной ступени: товаропроизводители, оптовой и мелкооптовой торговли.

315. Чем характеризуется первый этап образования товарной политики оптового торгового предприятия?

+ а) оценкой сложившегося положения в оптовой торговле в рассматриваемом периоде;

б) изучение и анализ потребительского спроса на товары;

в) формирование товарной номенклатуры;

г) получение устойчивой прибыли от продажи продукции.

316. Сущность третьего этапа товарной политики оптового торгового предприятия:

+ а) изучение и анализ потребительского спроса на товары;

- б) формирование товарной политики;
- в) развитие производства;
- г) получение устойчивой прибыли от продажи продукции.

317. Содержание завершающего этапа товарной политики оптового торгового предприятия:

- а) направлено на управление распределением;
- +б) получение прибыли от продажи продукции;
- в) ориентация на потребителя, а не на поставщика;
- г) анализ потребительского спроса покупателей.

318. Роль маркетинга в организации коммерческой деятельности оптового предприятия:

- а) играет важную роль в деятельности по закупкам продукции;
- б) играет важную роль в организации складского хозяйства;
- в) играет важную роль в процессе продажи готовой продукции;
- + г) позволяет решать рыночные проблемы наиболее рациональным путем.

319.Стратегия маркетинга:

- +а) заключается в согласовании внутренней и внешней сред деятельности фирмы;
- б) ориентирована на конъюнктурные факторы формирования рыночного спроса на имеющуюся номенклатуру товаров;
- в) обеспечивает активность деятельности фирмы и стимулирует каждого работника;
- + г) достижение устойчивых конкурентных позиций, поиск новых целевых рынков, и др.;

320. Рыночная конъюнктура:

- а) определяет коммерческую ценность и конкурентоспособность товаров;
- б) определяет возможность и экономическую целесообразность купли-продажи;
- в) поиск благоприятного момента выхода на рынок, формы и методы этого выхода;
- +г) выражается соотношением спроса и предложения товаров, уровнем цен и конкуренцией.

321. Стадии конъюнктуры рынка:

- +а) подъем конъюнктуры, конъюнктурный бум, ослабление конъюнктуры;
- б) отраслевая и товарная;
- в) общекономическая и товарная;
- г) соотношение спроса и предложения.

322. Факторы, оказывающие влияние на планирование объема и структуры продажи товаров оптовым торговым предприятием:

- +а) потребительский рынок, направленный на более полное удовлетворение запросов потребителей;
- б) обеспеченность трудовыми ресурсами, режима и эффективности труда;
- в) состояние, развитие и использование материально-технической базы оптовой торговли;
- г) качество потребительских товаров.

323. По какой формуле рассчитываются темпы прироста продажи товаров?

- +а) $T_{\text{пр}} = T_p - 100$;
- б) $T_{\text{пр}} = T_p + 100$;
- в) $T_{\text{пр}} = T_p * 100$;
- г) $T_{\text{пр}} = T_p / 100$;

324. Условия для выполнения программы продажи оптовым торговым предприятием:

- +а) гарантированный объем поставки продукции, договорная цена;
- б) договорная цена, регулируемая рынком;
- в) обеспеченность товарным ассортиментом, исходя из потребностей заказчиков;
- г) объем поставок продукции.

325. Организационные формы, стимулирующие оптовую торговлю:

- +а) демонстрационные залы оптовых предприятий;;
- б) выставки;
- в) ярмарки;
- г) разъездные реализаторы.

326. Задачи, решаемые с помощью демонстрационных залов оптовых предприятий:

- +а) покупателям предоставляется возможность ознакомиться с реализуемыми товарами;
- б) акцентируется внимание на разнообразие ассортимента товаров;
- в) повышается спрос и стимулируются покупки;
- г) реклама новых товаров.

327. Роль ассортиментных кабинетов оптовых фирм:

- + а) коммерческий центр современной базы;
- б) рекламная;
- в) социальная;
- г) анализ текущего состояния оптовых рынков и их запросов;

363.Условия возврата товара:

- + а) качество товара не надлежащего качества;
- б) не помещается в помещении;
- в) не понравился товар;
- г) экологически опасен.

328.Функции розничной торговли:

- +а) удовлетворение потребностей населения в товарах, поддержание баланса между предложением и спросом и др.;
- б) поддержание баланса между предложением и спросом;
- в) совершенствование технологии торговли и улучшение обслуживания покупателей;
- г) воздействие на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема товаров.

329. Виды реализации продукции в зависимости от ее предназначения:

- +а) интенсивная, нацеленная, единая, прямая, селективная;
- б) нацеленная
- в) косвенная
- г) селективная.

330. Цель коммерческой работы розничного торгового предприятия:

- +а) обеспечение доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;
- б) развития предприятия на коммерческой основе;
- в) составить основу функционирования розничного торгового предприятия;
- г) динамизм, ресурсный потенциал, технология торговли, финансовое состояние и др.

331. Дайте определение понятию «формирование товарного ассортимента»:

- а) это формирование ассортиментных групп по признаку;
- +б) установление в определенном порядке конкретной номенклатуры товаров для розничной торговли;
- в) это информирование о различных видах продукции
- г) необходимая совокупность товаров для розничной торговли.

332. Принципы формирования товарного ассортимента розничного торгового предприятия:

- а) обеспечение соответствия ассортимента характеру спроса
- б) рациональное построение ассортимента товаров
- в) обеспечение устойчивости ассортимента товаров
- +г) спрос покупателей, который может быть: постоянным, альтернативным и импульсивным.

333. Раскройте содержание фактора «Профиль торгового предприятия», влияющего на формирование ассортимента товаров розничного торгового предприятия:

- а) на приобретение продукции оказывает влияние жизненный цикл товара

- +б) ассортиментная номенклатура обуславливается товарной ориентацией, типоразмером;
- в) стабильность постоянного ассортимента товаров
- г) материально-техническая база предприятия.

334. Состав и содержание фактора « Товарная классификация», влияющего на

формирование ассортимента товаров розничного торгового предприятия:

- а) за основу комплексной потребности должен быть взят конкретный перечень товаров;
- б) стабильность постоянного ассортимента товаров по группам, подгруппам, видам ;
- +в) ассортиментная совокупность устанавливается на основе классификации: товарная группа, подгруппы.
- г) товары, сгруппированные по функционально-потребительским признакам.

335. Состав и содержание фактора «Устойчивость ассортимента товаров», влияющего на

формирование ассортимента товаров розничного торгового предприятия:

- а) жизненный цикл товара;
- +б) стабильность постоянного ассортимента товаров по группам, подгруппам, видам и разновидностям;
- в) зона действия и состояние материально-технической базы торгового предприятия;
- г) конкретный перечень товаров.

336. По какой формуле определяется коэффициент устойчивости ассортимента товаров?

- + а) $K_y = 1 - (O_1 + O_2 + \dots + O_p) / pa$
- б) $K_y = 1(O_1 + O_2 .. O_p) * 100\%$
- в) $K_y = 1 / (O_1 + O_2 .. O_p) / 100\%$
- г) $K_y = 1 - O_1 + O_2 .. O_p$

337. Раскройте содержание этапа «Анализ факторов внешней среды и степень воздействия на целевые рынки» стратегии развития целевых рынков товаров в сфере функционирования розничного торгового предприятия:

- а) возможности и условия развития целевых рынков обусловливаются экономикой и конъюнктурой рынка;
- + б) необходимо выявить, насколько согласуются между собой предполагаемое развитие целевых рынков;
- в) оцениваются связи действующих целевых рынков с общим рынком потребительских товаров;
- г) поиск новых ниш рыночной торговли;

338. Основные операции в торжово-технологическом процессе:

- + а) операции с товарами до предложения их покупателям, непосредственного обслуживания покупателей;
- б) операции непосредственного обслуживания покупателей;
- в) дополнительные операции по обслуживанию покупателей.
- г) предложение товаров покупателям.

339. Что понимается под методом продажи?

- а) определение главного мотива покупки товара, вежливое обращение с покупателями;
- б) профессиональные знания торгового персонала, его навыки продажи;
- + в) это совокупность операций, направленных на рациональную организацию продажи товаров в торговом предприятии
- г) рациональное размещение товаров в торговом предприятии;

340. Какие методы применяются для реализации товаров в розничной торговле?

- + а) через прилавок, открытой выкладкой товаров, самообслуживания и др;
- б) с открытой выкладкой товаров
- в) самообслуживание покупателей
- г) электронная продажа.

341. Какие элементы, определяющие уровень торгового обслуживания покупателей, Вы знаете?

- а) наличие потребной и устойчивой номенклатуры товаров, отвечающей запросам покупателей.
- б) применение современных технологий продажи товаров, обеспечивающих должный уровень обслуживания покупателей.
- в) четкое соблюдение принципов, приемов и правил торговли, обусловленных новыми условиями работы.
- + г) номенклатура товаров, отвечающая запросам покупателей, современный уровень продажи и обслуживания покупателей.

342. Реакция продавца на поведение высокомерного и надменного покупателя:

- +а) быть доброжелательным, понять возможности и запросы покупателя;
- б) стараться понять возможности покупателя;
- в) отойти от покупателя;
- г) перейти к деловому общению.

343. Реакция продавца на поведение многословного покупателя:

- + а) проявлять терпение, сохранять вежливость, перейти к деловому общению;
- б) сохранять вежливость;
- в) перейти к деловому общению;
- г) дать время покупателю выговориться.

344. Реакция продавца на поведение медлительного покупателя:

- +а) установить доверительные отношения, убедить покупателя в совершении покупки;
- б) приводить убедительные аргументы в пользу совершения покупки
- в) перейти к другому покупателю;
- г) давать время на размышление.

345. Реакция продавца на поведение неуверенного и нерешительного покупателя:

- а) давать время на размышление

+б) взять на себя инициативу, задавать вопросу по существу;

в) задавать вопросы покупателю;

г) не обращать внимания на покупателя.

346. Роль рекламы в информировании реализуемых товаров:

+ а) привлечение внимания, ознакомление с ассортиментом товаров и др.;

б) ознакомление населения с ассортиментом товаров, поступивших в продажу

в) создание комплексного интереса к группе товаров;

г) условия реализации товаров.

347. Способы выявления результативности рекламы:

+а) сопоставление товарооборота и затрат на рекламу, опрос покупателей;

б) устанавливается соотношение между дополнительным товарооборотом;

в) оценить методом опроса покупателей.

г) определение числа оборотов капитала.

348. Роль торгово-посреднических структур в организации оптовой торговли в России:

+а) выступают в качестве посредника между производителями и розничным торговым звеном;

б) наращивание оптовой торговли;

в) наращивание розничной торговли

г) способствуют гармонизации потребительского рынка.

349. В каких формах функционируют торгово-посреднические фирмы на российском товарном рынке?

+а) дилеры, агенты, дистрибуторы и др.;

б) агенты

в) дистрибуторы

г) комиссионеры.

350. Функции, выполняемые брокерами:

- + а) занимается поиском и формированием сети контрагентов: продавца и покупателя товара
- б) представляет интересы продавца;
- в) представляет интересы покупателя;
- г) полномочия брокера обычно определяются инструкциями обслуживаемых контрагентов

351. Дайте определение дистрибуторам «с полным набором услуг»:

- а) осуществляющие приобретение товаров
- б) осуществляющие приобретение, складирование, хранение товаров
- + в) осуществляющие приобретение, складирование, хранение и доведение товара до потребителя
- г) осуществляющие хранение товаров.

352. Дистрибуторы «с неполным набором услуг»:

- а) осуществляющие приобретение, складирование, хранение и доведение товара до потребителя;
- + б) приобретающие товары у постоянных производителей и напрямую их реализующие;
- в) осуществляющие приобретение товаров;
- г) осуществляющие складирование товаров.

353. Источники дохода дистрибуторов:

- + а) наценки, скидки;
- б) товар;
- в) скидки;
- г) сохранность товара.

354. Дайте определение понятию «челноки»:

- + а) разновидность мелких оптовых и розничных торговцев;

б) розничные торговцы;

в) курьеры;

г) дистрибуторы.

355. Цель создания Федеральной контрактной системы в России:

+ а) для осуществления государственных закупок, регулирования товаропотоков в России;

б) осуществление негосударственных закупок;

в) регулирование товаропотоков в России;

г) осуществления государственных закупок.

356. Кто может выступать в качестве исполнителя государственного заказа?

+а) предприятие-изготовитель, торги-посреднические фирмы;

б) торги-посреднические фирмы

в) подрядчики

г) предприятие изготовитель.

357. На основании каких контрактов обеспечиваются товарами районы Севера, г. Москва, и г. Санкт-Петербург?

+а) государственных;

б) муниципальных;

в) местных;

г) зарубежных.

358. Основные функции товарных бирж:

+ а) проведение свободных торгов, продаж, заключение контрактов на закупки;

б) совершают торги на партии однородных товаров;

в) выступает как регулятор цен на реализуемые товары

г) проведение свободных торгов.

359. Функции, выполняемые «фьючерсными биржами»:

- а) страхование заказчика
- б) страхование товара
- +в) страхования ценового риска
- г) занимаются хеджированием.

360. Виды торгов:

- +а) открытые, двухэтапные, закрытые и др.;
- б) двухэтапные;
- в) закрытые;
- г) открытые.

361. Обновление или преобразование торгового – технологических процессов в целях увеличения пропускной способности покупателей – это

- а) модернизация
- +б) реконструкция
- в) новое строительство
- г) нет правильного ответа

362. К информации предъявляются следующие требования

- +а) достоверность
- +б) надежность
- +в) оперативность
- +г) систематичность

363. Негативные явления, возникшие в экономике нашей страны в результате развития внешнеэкономических связей:

- + а) зависимость российской экономики от импорта зарубежных товаров;
- б) сдерживание отечественного товаропроизводства;

- в) возрастание опасности в связи с поставками продукции, содержащие пестициды
г) ответы А, Б, В.

364. Коммерческие позиции торгового предприятия:

- а) реализация коммерческих операций и процессов;
+ б) образование коммерческой службы в необходимом составе и с соответствующей квалификацией работников;
в) сближение коммерческой деятельности с целями торгового предприятия;
г) расширение целевых рынков товаров.

365. Одна из важнейших функций управления коммерческой деятельностью торгового предприятия – это

- а) организация
б) систематизация
+в) планирование
г) модернизация

366. Какие элементы приняты за исходные позиции в модели организации коммерческой деятельности торгового предприятия?

- + а) факторы внешней и внутренней среды, стратегия коммерческой деятельности;
б) стратегия коммерческой деятельности;
в) образование коммерческой службы;
г) факторы внешней среды.

367. Ресурс приобретенных работником знаний – это

- +а) компетенция
б) адаптация
в) эксперимент
г) планомерность

368. Почему для субъектов рынка неизбежна конкуренция?

- а) конкуренция заставляет производителей применять новые технологии;
- +б) потому что стремление обогнать, не уступить, не отстать от конкурента служит;
- в) постоянное нарастание темпов обновления продукции;
- г) рыночные отношения переходят в следующую стадию.

369. Конкурентная стратегия:

- +а) система регулирующих действий торгового предприятия, направленных на удовлетворение запросов;
- б) это соперничество между субъектами рынка;
- в) взаимодействие продавцов и покупателей;
- г) постоянное нарастание темпов обновления продукции.

370. Какие элементы включает модель формирования конкурентной стратегии торгового предприятия на рынке товаров?

- +а) переоценка и реализация материально-ресурсного потенциала торгового предприятия;
- б) обновление и появление новых товаров;
- в) расширение и изменение ассортимента;
- г) сложившиеся условия внешней среды.

371. Виды продуктов в ассортименте «Хлеб и хлебобулочные изделия»:

- + а) ржаной, ржано-пшеничный, пшеничный хлеб;
- б) ржано-пшеничный;
- в) пшеничный хлеб;
- г) мясо.

372. Виды продуктов в ассортименте «Молоко и молочные продукты»:

- +а) молоко, кефир, сметана, творог, плавленые сыры
- б) яблоки, ягоды;

- в) макароны, вермишель;
- г) мясо.

373. Виды продуктов в ассортименте «Колбаса и колбасные изделия»:

- а) субпродукты, баранина;
- б) говядина, свинина;
- +в) колбасы вареные, варено-копченые, полукопченые;
- г) крупа.

374. Виды продуктов в ассортименте «Мясо и мясные продукты»:

- +а) говядина, свинина, баранина;
- б) колбасы;
- в) колбасные изделия;
- г) молоко.

375. Виды продуктов в ассортименте «Рыбная продукция»:

- а) говядина, свинина;
- +б) сельдевые, тресковые, карповые, скумбриевые;
- в) молоко, кефир;
- г) хлеб, хлебобулочные изделия.

376. Виды продуктов в ассортименте «Бакалейные товары»:

- + а) макароны, вермишель, крупа;
- б) вермишель;
- в) крупа;
- г) яблоки.

377. Виды продуктов в ассортименте «Кондитерские товары»:

- + а) сахар, конфеты, мучные кондитерские изделия;

- б) карамель;
- в) мучные кондитерские изделия;
- г) мясо.

378. Виды продуктов в ассортименте «Картофель и овощи»:

- а) ягоды;
- б) яблоки;
- +в) картофель, капуста, морковь;
- г) соки.

379. Виды продуктов в ассортименте «Фрукты»:

- + а) яблоки;
- б) ягоды;
- в) соки;
- г) колбаса.

380. От чего зависит покупательский спрос на товары?

- +а) от возможностей товарного предложения и реальной платежеспособностью покупателей;
- б) только от платежеспособности покупателей;
- в) только от возможностей товарного предложения;
- г) новизна товара.

381. Меры, принимаемые торговым предприятием, при отсутствии спроса на товары:

- +а) установить причины возникновения отсутствия спроса и отношение к товару;
- б) выявить покупательские оценки потребительских свойств товара;
- в) определить возможности предотвращения падения спроса;
- г) снижение цены на товар.

382. Действия торгового предприятия при полноценном и устойчивом спросе на товары:

- а) выявить покупательские оценки потребительских свойств товара;

- +б) следует заботиться об обеспечении необходимым товарным ассортиментом;
- в) определить возможности предотвращения падения спроса;
- г) удвоение объема продаж.

383. По каким показателям можно определить конкурентоспособность торгового предприятия на рынке?

- а) издержки обращения;
- +б) использование внеоборотных активов;
- в) складское хозяйство;
- г) расходы на одного работающего.

384. Какие затраты необходимо учитывать в этапах обращения товаров?

- а) охранные мероприятия, выплачиваемые штрафы;
- + б) дополнительное привлечение транспорта, охранные мероприятия, выплачиваемые штрафы;
- в) дополнительное привлечение транспорта, охранные мероприятия;
- г) выплачиваемые штрафы.

385. Какие расходы включают на затраты по товарам?

- а) закупочная цена, издержки обращения
- б) издержки обращения, вспомогательные расходы
- +в) закупочная цена, издержки обращения, вспомогательные расходы;
- г) издержки обращения.

386. В чем заключается основная функция коммерческой деятельности торгового предприятия?

- +а) получение прибыли от купли и продажи товаров
- б) побуждении производителей к созданию новой продукции
- в) установление ценностных эквивалентов для обменов продуктов
- г) купля-продажа товаров.

387. Факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализации товаров:

- а) ассортимент товаров;
- б) конкурентоспособность продукции, цена, платёжеспособность покупателей
- +в) ассортимент товаров, конкурентоспособность продукции, цена, платёжеспособность покупателей;
- г) конкурентоспособность товара.

388. В чем заключается главная функция коммерческой деятельности торгового предприятия?

- +а) получение прибыли от купли и продажи товаров
- б) побуждении производителей к созданию новой продукции
- в) установление ценностных эквивалентов для обменов продуктов
- г) купля-продажа товаров.

389. В чем заключается самая главная функция коммерческой деятельности торгового предприятия?

- +а) получение прибыли от купли и продажи товаров
- б) побуждении производителей к созданию новой продукции
- в) установление ценностных эквивалентов для обменов продуктов
- г) купля-продажа товаров.

390. О функция коммерческой деятельности торгового предприятия:

- +а) получение прибыли от купли и продажи товаров
- б) побуждении производителей к созданию новой продукции
- в) установление ценностных эквивалентов для обменов продуктов
- г) купля-продажа товаров.

391. Какой удельный вес составляют затраты, относящиеся к операциям складирования и поддержания товарных запасов в торговой наценки?

- a) 15 – 20%;
- б) 20 – 25%;
- + в) 25 – 30%;
- г) менее 10%.

392. Норма прибыли – рентабельность рассчитывается по формуле:

- а) норма прибыли = доходы + затраты;
- + б) норма прибыли = доходы – затраты / капитал;
- в) норма прибыли = доходы – затраты;
- г) $\Pi/\text{ИО}$.

393. Общая экономическая рентабельность рассчитывается по формуле:

- +а) $P_0 = \Pi / T \times 100$;
- б) $P_0 = \Pi / T$;
- в) $T \times 100$;
- г) T/K .

394. Число оборотов капитала рассчитывается по формуле:

- + а) T / K ;
- б) $T \times 100$;
- в) $\Pi \times T$
- г) $\Pi / T \times 100$

395. Рентабельность собственного капитала рассчитывается по формуле:

- а) $\Pi / T \times 100$;
- + б) $\Pi / K_c \times 100$;
- в) $\Pi \times K_c \times 100$;
- г) $T - S$.

396. Рентабельность основных фондов рассчитывается по формуле:

- + а) $\Pi / ОФ \times 100$;
- б) $\Pi / ОФ$;
- в) $\Pi / О \times 100$;
- г) $T + S$.

397. Товарооборот на $1м^2$ общей (торговой) площади магазина рассчитывается по формуле:

- а) $T - S$;
- + б) T / S^* ;
- в) $T + S$;
- г) $\Pi - S$.

398. Прибыль на $1м^2$ общей (торговой) площади магазина рассчитывается по формуле:

- + а) Π / S ;
- б) $\Pi / S \times 100$;
- в) $\Pi - S$;
- г) $T / ЧР$.

399. Рентабельность материальных оборотных средств рассчитывается по формуле:

- а) $MC \times 100$;
- б) Π / MC ;
- + в) $\Pi / MC \times 100$;
- г) $\Pi / ЧР$.

400. Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств рассчитывается по формуле:

- а) $T \times Z_{cp}$;
- + б) $T / Z_{cp} **$;
- в) $T - Z_{cp}$;

- г) $T \times ЧР$;
- д) все ответы верны

401. Товарооборот на одного работника рассчитывается по формуле:

- + а) $T / ЧР^{***}$;
- б) $T / ЧР^{***} \times 100$;
- в) $T \times ЧР$;
- г) $\Pi \times ЧР$.

402. Прибыль на одного работника рассчитывается по формуле:

- а) $\Pi / ЧР \times 100$;
- + б) $\Pi / ЧР$;
- в) $\Pi \times ЧР \times 100$;
- г) ИО\Т.

403. Уровень издержек обращения к товарообороту рассчитывается по формуле:

- а) ИО / Т;
- + б) ИО / Т $\times 100$;
- в) И / Т $\times 100$;
- г) П/ИО.

404. Рентабельность текущих затрат рассчитывается по формуле:

- +а) $\Pi / ИО \times 100$;
- б) ИО $\times 100$;
- в) П / ИО;
- г) ИО/Т.

405. Государственное регулирование коммерческой деятельности представляет собой комплекс осуществляемых... органами власти мер:

а) законодательными;

б) исполнительными;

в) судебными;

+г) все ответы верны.

406. К методам государственного регулирования коммерческой деятельности можно отнести:

+а) сертификация товаров;

б) поддержание конкурентоспособности;

в) лицензирование отдельных видов торговой деятельности;

г) защита прав предпринимателей

407. Какими законами регламентирована деятельность предприятий торговли?

а) Конституцией РФ;

+б) Гражданским кодексом;

в) постановлениями Правительства;

г) указами Президента

408. Федеральный закон от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ имеет название:

а) "О техническом регулировании";

+б) О качестве и безопасности пищевых продуктов"

в) "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения";

г) "О лицензировании отдельных видов деятельности"

409. Какие права предоставлены потребителям Законом РФ "О защите прав потребителей"?

а) право на безопасность товара;

б) право на достоверную информацию об изготовителе;

в) право на полное возмещения убытков;

+г) все ответы верны.

410. К полномочиям органов местного самоуправления можно отнести:

- а) участие в ценообразовании;
- +б) право издавать муниципальные правовые акты;
- в) утверждение методики расчета;
- г) утверждение методических рекомендаций.

411. Федеральный орган исполнительной власти осуществляет следующие полномочия:

- +а) утверждение методических рекомендаций, формы торгового реестра;
- б) утверждение формы торгового реестра;
- в) утверждение методических рекомендаций;
- г) утверждение методики расчета

412. К полномочиям органов государственной власти субъектов РФ относят:

- +а) разработка и принятие законов субъектов РФ, проведение информационно-аналитического наблюдения;
- +б) утверждение формы торгового реестра;
- в) право издавать муниципальные правовые акты;
- г) участие в ценообразовании

413. Схемой размещения нестационарных торговых объектов должно предусматриваться размещение не менее чем ... нестационарных торговых объектов

- а) 10%;
- б) 17%;
- в) 57%;
- +г) 69%

414. Ярмарки организуются:

- а) органами государственной власти;
- б) органами местного самоуправления;

- в) юридическими лицами;
- г) индивидуальными предпринимателями
- +д) все ответы верны

415. Ярмарки организуются путём:

- а) органами государственной власти;
- б) органами местного самоуправления;
- в) юридическими лицами;
- г) индивидуальными предпринимателями
- +д) все ответы верны

416. Органы местного самоуправления в целях обеспечения жителей муниципального образования услугами торговли товарами:

- а) предусматривают строительство, размещение торговых объектов;
- б) принимают меры экономического стимулирования;
- в) разрабатывают и утверждают схемы размещения нестационарных торговых объектов;
- +г) все ответы верны.

417. Органы местного самоуправления в целях обеспечения жителей муниципального образования услугами торговли:

- а) предусматривают строительство, размещение торговых объектов;
- б) принимают меры экономического стимулирования;
- в) разрабатывают и утверждают схемы размещения нестационарных торговых объектов;
- +г) все ответы верны.

418. В программах развития торговли определяются:

- а) цели, задачи и ожидаемые результаты развития торговли;
- б) объем и источники финансирования мероприятий;
- в) верно только А;

+г) верно и А, и Б

419. Что можно отнести к показателям эффективности реализации программ развития торговли?

- +а) повышение доступности товаров для населения, формирование торговой инфраструктуры;
- б) наличие широкого ассортимента товаров;
- в) товары размещены в супермаркетах;
- г) наличие нестационарных торговых объектов

420. Лица, виновные в нарушении настоящего Федерального закона, несут:

- а) гражданско-правовую;
- б) административную;
- в) уголовную ответственность;
- +г) все ответы верны

421. Информация о решениях, принятых федеральным органом исполнительной власти, подлежит обязательному размещению не реже, чем :

- +а) один раз в квартал;
- б) два раза;
- в) три раза;
- г) не подлежит обязательному размещению

422. Гарантийный срок товара, а также срок его службы исчисляются со дня :

- а) передачи товара потребителю;
- б) появления его в магазине;
- + в) верно только А;
- г) верно только Б

423. Для товаров сезонного назначения гарантийный срок исчисляется с момента наступления :

- + а) соответствующего сезона

б) последующего сезона;

в) один квартал;

г) один месяц

424. Гарантийный срок товара и его службы исчисляются со дня :

а) передачи товара потребителю;

б) появления его в магазине;

+ в) верно только А;

г) верно только Б

425. В целях реализации своих полномочий Федеральная служба имеет право:

+ а) организовывать проведение необходимых исследований;

б) организовывать исследований;

в) пресекать факты нарушения законодательства РФ;

г) верно только Б

426. К уголовным преступлениям в соответствии с Уголовным кодексом РФ (УК РФ) отнесены:

+ а) незаконное предпринимательство, незаконное;

б) отсутствие кассового аппарата;

в) отсутствие цены на товаре

г) незаконное предпринимательство

427. Что является предметом внеплановой проверки?

+а) контроль исполнения предписаний;

б) контроль исполнения полномочий Правительства РФ;

в) верно только А;

г) верно только Б

428. Продолжительность мероприятия по контролю не должна превышать :

а) два месяца;

б) три месяца;

+в) один месяц;

г) три недели

429. Плановое мероприятие по контролю малого предприятия может быть проведено не ранее чем через ... с момента его государственной регистрации:

а) два года;

б) один год;

в) пять лет;

+г) нет верного ответа

430. Внеплановой проверке подлежит деятельность:

+а) юридического лица, индивидуального предпринимателя;

б) физического лица;

в) нет верного ответа;

г) торговля оружием

431. Основными принципами защиты прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля являются:

а) соблюдение международных договоров РФ;

б) периодичность и оперативность проведения мероприятия по контролю;

в) учет мероприятий по контролю, проводимых органами государственного контроля;

+г) все ответы верны

432. Мероприятия по контролю проводятся на основании распоряжений (приказов) :

а) Президента РФ;

б) Правительства РФ;

г) органов местного самоуправления;

+в) органов государственного контроля (надзора)

433. Гарантийный срок товара и срок службы исчисляются со дня :

- а) передачи товара потребителю;
- б) появления его в магазине;
- + в) верно только А;
- г) верно только Б

432. Целями ФЗ "О рекламе" являются:

- +а) развитие рынков товаров;
- б) обеспечение единства экономического пространства;
- в) пресечение фактов ненадлежащей рекламы;
- г) все ответы верны

433. Федеральным законом "О техническом регулировании" определены:

- +а) цели и принципы стандартизации и соответствия;
- б) безопасность товара;
- в) сертификация товаров;
- г) верно только Б

434. Комплекс осуществляемых законодательными, исполнительными и судебными органами власти мер, направленных на создание предпосылок эффективного развития торговли-это:

- а) контроль;
- +б) Государственное регулирование коммерческой деятельности;
- в) Государственное регулирование экономики;
- г) Государственное регулирование инновационной деятельности

435. При проведении мероприятий по контролю должностные лица органов государственного контроля (надзора) не вправе:

- +а) превышать установленные сроки проведения мероприятий по контролю;
- б) доказывать законность своих действий;
- в) давать объяснения по вопросам, относящимся к предмету проверки;
- г) нет верного ответа

436. Организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору- это:

- а) продавец;
- б) покупатель;
- +в) исполнитель;
- г) изготовитель

437. Организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителям по договору купли-продажи- это:

- +а) продавец;
- б) покупатель;
- в) исполнитель;
- г) изготовитель

438. Схемой размещения нестационарных торговых объектов должно предусматриваться размещение не менее чем ... процентов нестационарных торговых объектов

- а)10;
- б)17;
- в)57
- +г) 69

439. Продукты в ассортименте «Колбаса и колбасные изделия»:

- а) субпродукты, баранина;
- б) говядина, свинина;

+в) колбасы вареные, варено-копченые, полукопченые;

г) крупа.

440. Продукты в ассортименте «Мясо и мясные продукты»:

+а) говядина, свинина, баранина;

б) колбасы;

в) колбасные изделия;

г) молоко.

441. Продукты в ассортименте «Рыбная продукция»:

а) говядина, свинина;

+б) сельдевые, тресковые, карповые, скумбриевые;

в) молоко, кефир;

г) хлеб, хлебобулочные изделия.

442. Продукты в ассортименте «Бакалейные товары»:

+ а) макароны, вермишель, крупа;

б) вермишель;

в) крупа;

г) яблоки.

443. Продукты в ассортименте «Кондитерские товары»:

+ а) сахар, конфеты, мучные кондитерские изделия;

б) карамель;

в) мучные кондитерские изделия;

г) мясо.

445. Продукты в ассортименте «Картофель и овощи»:

а) ягоды;

б) яблоки;

+в) картофель, капуста, морковь;

г) соки.

446. Продукты в ассортименте «Фрукты»:

+ а) яблоки;

б) ягоды;

в) соки;

г) колбаса.

447. Какие требования, предъявляются к качеству информации:

+а) достоверность, надежность;

б) оперативность

в) комплектность

г) систематичность;

448. Достоинства автоматизированной технологии получения и обработки информации заключается в том, что:

а) достоверность, надежность;

+б) осуществляется как поэтапное;

в) решение коммерческих задач различного уровня;

г) обеспечение централизованного накопления информации;

449. Составляющие в подборе комплекса технических средств для сбора, обработки и выдачи информации - это:

+ а) характер и состав задач, подлежащих выполнению;

б) формы и способы представления результатов

в) размер информации

г) характер и состав задач;

450. Классификационные группы, используемых технических средств - это:

- + а) средства сбора, передачи, накопления, обработки и выдачи информации;
- б) средства сбора информации
- в) средства для реализации информации
- г) средства выдачи информации;

451. Средства сбора информации - это:

- а) газеты
- б) журналы
- в) СМИ
- +г) регистраторы исходных данных;
- д) все ответы верны

452. Средства передачи информации во времени и пространстве – это :

- +а) телефонная, телетайпная, факсимильная связи;
- б) телетайпная связь
- в) факсимильная связь
- г) телефонная;

453. Средства накопления и обработки информации – это:

- + а) компьютеры
- б) бумажные накопители
- в) слова рассказчиков
- г) нет правильного ответа;
- д) все ответы верны

454.Средства выдачи информации – это :

- + а) видеотерминалы, печатающие устройства, дисплеи;
- б) микро ЭВМ;
- в) записывающие устройства
- г) видеоматериалы;

456. Содержание автоматизированной технологии обработки заключается в том, что она:

- + а) должна отражать идеологию,;
- б) внемашинное информационное обеспечение;
- в) внутримашинное информационное обеспечение;
- г) банк данных информации

457. Внемашинное информационное обеспечение включает:

- + а) классификацию и кодирование документооборотной информации;
- б) кодирование информации
- в) печать информации
- г) кодирование документооборотной информации;

458. Содержание внутримашинного информационного обеспечения - это:

- + а) банк данных
- б) накопители данных
- в) доступ к информации
- г) информация в виде небольшого числа массивов;

459. Цель защиты коммерческой информации в торговом предприятии в защите:

- а) предотвращение хищения информации
- б) создание новых законов
- в) усиление давления на работника
- + г) от возможных посягательств со стороны конкурентов;

д) все ответы верны

460. Сведения, относящиеся к разряду коммерческой тайны торгового предприятия - это:

- а) число работников организации
- + б) планы коммерческой и хозяйственной деятельности;
- в) площадь офиса организации
- г) коммерческие данные конфиденциального характера

461. Особенности функционирования индивидуального предприятия:

- + а) исключается использование наемного труда;
- б) предоставляется право найма рабочей силы;
- в) основано на семейной собственности;
- г) разрешается использование наемного труда

462. Сущность складской формы товародвижения в розничную торговую сеть:

- а) звенья через которые проходит товар при движении от производителя к потребителю;
- б) заключается в отгрузке или завозе товаров;
- + в) применение в основном при доставке в розничную торговую сеть;
- г) применение в основном при доставке в оптовую торговую сеть товаров простого ассортимента

463. Что понимается под каналами распределения товаров?

- + а) звенья через которые проходит товар при движении от производителя к потребителю;
- б) заключается в отгрузке или завозе товаров в розничную торговую сеть;
- в) применение в основном при доставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента;
- г) применение в основном при доставке в оптовую торговую сеть товаров простого ассортимента

464. Сущность децентрализованной перевозки товаров в розничную торговую сеть:

- + а) используется в малых и средних розничных торговых предприятиях;

- б) организуется стабильное поступление заказанных товаров к месту назначения;
- в) применение в основном при доставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента;
- г) применение в основном при доставке в оптовую торговую сеть товаров простого ассортимента

465. Какие основные критерии оценки поставщиков применяют в процессе закупочной деятельности:

- + а) регулярность поставки;
- б) красивая реклама;
- в) сотрудничество с конкурентами;
- г) все ответы верны

466. Раскройте содержание коммерческих условий договоров купли-продажи и поставки товаров:

- а) базисные условия поставки;
- б) способы определения качества товара;
- в) юридические адреса сторон;
- + г) все ответы верны

467. Роль и функция складов в образовании товарных запасов торгового предприятия:

- а) заполнение склада;
- + б) удовлетворение спроса покупателя;
- в) получение прибыли;
- г) повышение качества товаров

468. Принципы формирования товарных запасов торгового предприятия:

- а) целевое предназначение создаваемых товарных запасов;
- б) учет и контроль за состоянием товарных запасов;
- в) эффективность от задействованных товарных запасов;
- + д) все ответы верны

469. Уровень товарных запасов рассчитывается по формуле (в днях товарооборота):

+ а) $y_{\text{из}} = \frac{T3 \cdot D}{OT}$

б) $T3_{\text{ср}} = \frac{0,5 \cdot T3_1 + T3_2 + T3_3 + \dots + 0,5 \cdot T3_n}{n - 1}$

в) $O = \frac{OT}{T3_{\text{ср}}}$

г) нет правильных ответов;

470. Товарный запас рассчитывается по формуле:

а) $y_{\text{из}} = \frac{T3 \cdot D}{OT}$

б) $T3_{\text{ср}} = \frac{0,5 \cdot T3_1 + T3_2 + T3_3 + \dots + 0,5 \cdot T3_n}{n - 1}$

в) $O = \frac{OT}{T3_{\text{ср}}}$

г) нет правильных ответов;

471. Товарооборотаемость в днях товарооборота рассчитывается по формуле:

+ а) $O_{\text{от}} = \frac{T3_{\text{ср}} \cdot D}{OT}$

б) $O = \frac{OT}{T3_{\text{ср}}}$

в) $y_{\text{из}} = \frac{T3 \cdot D}{OT}$

г) нет правильных ответов;

472. Какие проводятся операции связанные с отпуском товаров со склада?

+ а) отпуск и подача товаров к местам продажи (розничная торговля);

- + б) отправка укомплектованных партий товаров (оптовая торговля);
- в) отпуск и подача товаров к местам продажи;
- г) отправка поштучных товаров

473. Продажа средств производства и сырья – это

- а) нацеленная реализация
- б) единая реализация
- + в) прямая реализация
- г) интенсивная реализация

474. Коммерческие функции оптового торгового предприятия предусматривают:

- + а) выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров;
- + б) изучение и прогнозирование покупательского спроса;
- в) хранение товарных запасов;
- г) нет правильных ответов;

475. Признаки кооперационного объединения в оптовой торговле предполагают:

- + а) правовую и хозяйственную самостоятельность кооперирующихся предприятий;
- + б) совместное планомерное воздействие на объекты кооперации;
- + в) обозначенные результаты от кооперационной деятельности;
- г) нет правильных ответов

476. Сфера кооперации в оптовой торговле предполагают:

- + а) маркетинговые исследования оптового рынка и прогнозы его развития;
- б) закупочную деятельность;
- + в) расширение доли оптового рынка;
- г) сбытовую деятельность

477. Учение о структуре, организации, методах и средствах деятельности – это

+а) методология

б) унификация

в) систематизация

г) планирование

478. Предвидение экономического развития рынка и спроса потребителей при определенных стимулирующих условиях – это

а) Выборка

+б) прогноз

в) опрос

г) нет правильного ответа

479. Добровольные торговые цепочки:

а) предприятия розничной торговли;

б) предприятия оптовой торговли;

+ в) объединения предприятий оптовой и розничной торговли;

г) все ответы верны

480. Соблюдение графика поставок потребителям в процессе продвижения товаров – это

а) ритмичность

+б) планомерность

в) экономичность

г) оперативность

481. Использование современных технологических решений на задействованных этапах продвижения товаров – это

+а) технологичность

б) ритмичность

в) оперативность

г) системность

482. Совместно действующие международные организации, несколько оптовых и розничных предприятий – это

- +а) четырехступенчатые добровольные цепочки
- б) трехступенчатые добровольные цепочки
- в) двухступенчатые добровольные цепочки
- г) одноступенчатые добровольные цепочки

483. Целенаправленная управление товарной массой и номенклатурой товаров – это

- +а) товарная политика
- б) социальная политика
- в) военная политика
- г) все ответы верны

484. Товары двух – трех групп, объединенных общностью спроса – это

- а) универсальные товары
- +б) специализированные товары
- в) смешанные товары
- г) комбинированные товары

485. Каково влияние внешнеэкономических связей на развитие российского потребительского рынка?

- а) способствует укреплению коммерческих отношений с развитыми странами;
- б) способствует освоению новых производств;
- в) способствует увеличению числа поставок продовольственных и непродовольственных товаров;
- + г) все ответы верны

486. Товары одной группы массового спроса – это

- +а) узкоспециализированные товары
- б) смешанные товары
- в) универсальные товары
- г) нет правильного ответа

487. Количество продукции, предоставляемой к продаже товаропроизводителем в течение определенного периода – это

- +а) предложение
- б) спрос
- в) цена
- г) эластичность

488. Совокупность взаимодействующих элементов коммерческой деятельности торгового предприятия:

- а) коммерческая стратегия и коммерческие задачи;
- б) коммерческие позиции;
- в) коммерческие действия;
- + г) все ответы верны

489. Чем обусловлена коммерческая стратегия торгового предприятия?

- а) целями торгового предприятия;
- б) факторами внутренней и внешней среды;
- в) спросом и потребностями потребителя;
- + г) все ответы верны

490. Данный метод предполагает проведение анализа конъюнктуры рынка за предшествующий период – это

- а) метод экспертных оценок
- б) фасетный метод
- + в) метод экстраполяции

г) метод Парето

491. Коммерческие позиции торгового предприятия предполагают:

- а) реализацию коммерческих операций и процессов;
- + б) образование коммерческой службы в необходимом составе и соответствующей квалификацией работников;
- в) сближение коммерческой деятельности с целями торгового предприятия;
- г) сближение коммерческой деятельности с покупательским спросом

492. Коммерческие действия торгового предприятия предусматривают:

- а) образование коммерческой службы;
- б) сближение коммерческой деятельности с целями торгового предприятия;
- + в) реализацию коммерческих операций и процессов;
- г) сближение коммерческой деятельности с покупательским спросом

493. Основные составляющие формирование стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия:

- а) цели и задачи торгового предприятия;
- б) сложившиеся условия внешней среды;
- в) показатели рынка товаров;
- + г) все ответы верны

494. Какие элементы приняты за исходные позиции в модели организации коммерческой деятельности торгового предприятия:

- а) факторы внутренней и внешней среды;
- б) стратегия коммерческой деятельности;
- в) образование коммерческой службы;
- + г) все ответы верны

495. Дайте определение понятию «конкуренция»:

- а) взаимодействие продавцов и покупателей;
- + б) соперничество между субъектами рынка;
- в) совокупность средств и предметов труда;
- г) стратегия коммерческой деятельности

496. Этот метод связан с определением функциональной зависимости между отдельными конъюнктурными показателями – это

- +а) метод математического моделирования
- б) метод экстраполяции
- в) научный метод
- г) все ответы верны

497. Продажа товаров для конкретной группы покупателей – это

- +а) нацеленная реализация
- б) интенсивная реализация
- в) селективная реализация
- г) единая реализация

498. Какие факторы влияют на величину валового дохода?

- + а) закупочная деятельность, ассортиментная структура товарооборота;
- б) содержание складских и торговых помещений;
- в) ассортиментная структура товарооборота, суммарная торговая надбавка;
- г) все варианты верны

499. Какие затраты относят к издержкам обращения?

- + а) все затраты, вызванные куплей-продажей и доведением товаров до потребителя;
- б) транспортирование товаров;
- в) заработная плата персонала;
- г) содержание складских и торговых помещений

500. Сведения, содержащиеся в официальной отраслевой и ведомственной статистики – это

- +а) официальная государственная статистика
- б) панельные обследования
- в) отраслевая и ведомственная статистика
- г) все ответы верны

501. Совокупность товаров аналогичного функционального назначения и сходными потребительскими свойствами это:

- + а) товарная группа;
- б) товарная подгруппа;
- в) вид товара;
- г) разновидность товара.

502. Номенклатура товаров, реализуемых в розничной торговой сети это:

- а) производственный ассортимент;
- б) укрупненный ассортимент;
- в) развернутый ассортимент;
- + г) торговый ассортимент.

503. Основным принципом регионального размещения розничной торговой сети потребительской кооперации является:

- а) экономичность;
- б) однотипность;
- + в) равномерность;
- г) непрерывность.

504. Тип магазина определяется:

- а) месторасположение торгового предприятия;
- + б) ассортиментом реализуемых товаров и размером торговой площади
- в) перечнем дополнительных услуг для покупателя
- г) рекламно-информационным оформлением

505. Под формированием ассортимента в магазине потребительской кооперации понимается:

- а) процесс подбора разновидности товара по каждому наименованию
- +б) процесс подбора и установления номенклатуры товаров соответствующей спросу населения и обеспечивающий высокую прибыльность работы торгового предприятия
- в) процесс бесперебойного и ритмичного товароснабжения торгового предприятия
- г) процесс обеспечения достаточной полноты ассортимента товаров, хорошо известных населению, комплексность их предложения.

506. Документ удостоверяющий качество продовольственных и непродовольственных товаров это:

- а) счет-фактура
- б) коммерческий акт
- +в) сертификат соответствия
- г) договор-поставки

507. Основными показателями регулирования товарной номенклатуры выступают:

- +а) коэффициенты полноты и устойчивости;
- б) коэффициенты широты и глубины;
- в) коэффициенты новизны и глубины;
- г) коэффициенты полноты и новизны.

508. По чистоте спроса товара подразделяются

- а) на 2 группы
- +б) на 3 группы
- в) на 4 группы
- г) на 5 групп.

509. Склад предназначен для:

- а) отправки грузов по назначению;
- +б) накопления и хранения товарных запасов, комплектования торгового ассортимента товаров;
- в) реализации товаров;
- г) осуществления предпродажной подготовки товаров.

510. Запасы товаров на предприятиях оптовой и розничной торговли, обеспечивающие повседневные нужды торговли это:

- +а) запасы текущего хранения;
- б) сезонные запасы;
- в) запасы целевого хранения;
- г) запасы длительного хранения.

