**Утверждаю:**

Председатель приемной Комиссии

ФГБОУ ВО «СГЭУ»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.И. Ашмарина

«\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_» 2020 г.

**Тестовые задания для аттестационных испытаний по дисциплине «Экономика и организация коммерческой деятельности» (магистратура) для поступающих по магистерской программе направления**

**«Торговое дело» в СГЭУ в 2020 г.**

**Вариант № 3**

**Первая часть:**

**1. Определите, какой процесс не относится к коммерческим процессам:**

А) изучение и прогнозирование спроса;

Б) заключение договоров на поставку товаров;

В) рекламно – информационная работа;

Г) хранение товаров.

**2. Успех коммерческой деятельности организации зависит от ряда факторов окружающей среды, которые можно разделить на две группы:**

А) внешние и внутренние;

Б) юридические и физические;

В) прямого и косвенного воздействия;

Г) материальные и финансовые

**3. В чем заключается основная цель коммерческой работы розничных торговых предприятий?**

А) в организации торгового обслуживания покупателей;

Б) в организации товаров;

В) в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;

Г) в формировании ассортимента товаров.

**4. Ярмарка – это:**

А) продажа товаров с индивидуальными свойствами;

Б) способ закупки товаров, размещения заказов и выдачи подрядов;

В) свободные торги с целью продажи и заключения сделок купли-продажи однородных сырьевых и продовольственных товаров;

Г) периодически действующие рынки с целью заключения сделок по выставленным образцам

**5. Какую коммуникативную политику проводят розничные магазины с малым товарооборотом?**

А) большие расходы на рекламу и стимулирование;

Б) личные контакты продавцов с покупателями;

В) большие расходы на рекламу и стимулирование, личные контакты продавцов с покупателями;

Г) личные контакты продавцов с покупателями, большие расходы на стимулирование.

**6. Вид PR-деятельности, который направлен на формирование узнаваемости и лояльности компании, бренда, продукции и или частого лица.— это:**

А) реклама;

Б) персональная продажа;

В) стимулирование сбыта;

Г) паблисити.

**7. Что из перечисленного не относится к инфраструктуре коммерческой деятельности?**

А) банки;

Б) биржи;

В) страховые компании

Г) посредники

**8. За счет каких средств функционируют выставки?**

А) за счёт денежных поступлений от взносов её участников, входной платы посетителей;

Б) за счет посреднических услуг, проводимых консультаций, сдачи в аренду экспозиционной площади;

В) за счёт денежных поступлений от взносов её участников, входной платы посетителей, посреднических услуг, проводимых консультаций, сдачи в аренду экспозиционной площади, оплаты рекламы, изданий коммерческо-информационных материалов, заказов на художественно-оформительские работы, издательской деятельности и средств, поступивших по договорам с вышестоящими организациями;

Г) за счет издательской деятельности и средств, поступивших по договорам с вышестоящими организациями

**9. Торговый дом, это:**

А) добровольное договорное объединение, созданное торговыми предприятиями, сохраняющим свою самостоятельность и права юридического лица, как координации предпринимательской деятельности, представления и защиты имущественных интересов и являющиеся некоммерческой организацией;

Б) многопрофильное торговое предприятие, интегрированное в производственную, финансовую и внешнеэкономическую сферы;

В) совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг, а также централизующих функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности;

Г) предприятие розничной торговли, целью которого является представление широкого ассортимента товаров народного потребления

**10. На повышение уровня товарных запасов влияют:**

А) непрерывность процессов обращения;

Б) рационализация товарного движения;

В) расширение ассортимента товаров;

Г) он постоянен.

**11. Что не нужно предпринимать на этапе спада?**

А) расширить рынок сбыта;

Б) усилить рекламу, оживить товар;

В) выявить новые группы потребителей;

Г) развивать методы сбыта товара.

**12. Принципал является стороной:**

А) агентских операций;

Б) консигнационных операций;

В) дистрибьютерских операций;

Г) дилерских операций

**13.Поставьте соответствие между этапом жизненного цикла товара (этап зрелости) и уровнем покупательского спроса на него**

А) быстрый рост уровня спроса;

Б) устойчивый спрос;

В) значительное снижение спроса;

Г) медленный рост уровня спроса

**14. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение – это:**

А) культурные;

Б) социальные;

В) личностные;

Г) верны все ответы.

**15. Как называется система сбыта организации (предприятия), при которой продажа товара потребителю осуществляется с использованием одного (двух)** посредников?

А) прямой сбыт;

Б) непрямой короткий канал сбыта;

В) непрямой длинный канал сбыта;

Г) комбинированный сбыт

**16. Метод закупок, позволяющий резко сократить накопленные запасы за счет частых поставок, называется:**

А) «Точно в срок»;

Б) «традиционные методы»;

В) закупка товаров одной крупной партией

Г) централизованная закупка

**17.Стоимостным нормативом, применяемым в отделе сбыта промышленного предприятия, является:**

А) планово- расчетная цена материальных ресурсов

Б) наценки посреднических организаций

В) отпускная цена товара

Г) транспортно- заготовительные расходы предприятия

**18. В чём состоит преимущество компенсационной торговли для поставщика:**

А) получение гарантированного рынка сбыта товаров;

Б) безвалютные взаимные расчеты;

В) даёт возможность организовать новое производство, используя технику, бывшую в употреблении.

Г) внятные перспективы расширения специализации и кооперации производства и сбыта;

**19. От каких параметров зависит  поступление заказа в системе с фиксированной периодичностью заказа?**

А) точки заказа;

Б) максимального уровня пополнения запасов и продолжительности периода их повторения;

В) максимального объема поставки;

Г) от точки заказа и размера заказа .

**20. В письменной инициативе продавца является необязательным указание:**

А) цены товара

Б) вида транспорта

В) базисных условий поставки

Г) характер тары и упаковки

**21. Если при твёрдой оферте не последовало ответа от потенциального покупателя, то это означает:**

А) решение всё ещё обсуждается;

Б) предложение принято;

В) равносильно отказу;

Г) идёт подготовка контракта.

**22. К логистическим посредникам не относятся:**

А) брокеры;

Б) экспедиторские фирмы;

В) промышленные агенты;

Г) оптовики с полным набором функций.

**23. Каким образом продавец может защитить себя от блокирования рынка посредником:**

А) увеличить вознаграждение посреднику.

Б) заключить с посредником соглашение на один год.

В) следить, чтобы посредник не переориентировался на работу с конкурентами.

Г) включить в соглашение оговорку об объёмах реализации на договорной территории.

**24. Определите, какой этап не является этапом процесса закупки коммерческого предприятия:**

А) обобщенное описание потребности

Б) заключение договора на поставку продукции

В) изменение технологии складирования закупленных ресурсов

Г) запрос предложений

**25. При использовании системы контроля за запасами ABC удельный вес материалов, входящих в группу В, составляет от общего объема запасов:**

А)10-15%

Б) 20-35%

В) 40-50%

Г) 65-70%

**Вторая часть:**

1. Определите, как называется цена, по которой предприятия-изготовители, снабженческо-сбытовые и другие коммерческие организации продают продукцию крупными партиями другим предприятиям?

2. Продолжите фразу: «Соответствие фактического наличия товаров на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню — это \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ассортимента.

3**.** Юридическое или физическое лицо, осуществляющее биржевое или торговое посредничество за свой счет и от своего имени, — это\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4. Частично упорядоченное множество различных посредников, осуществляющих доведение материального потока от конкретного производителя до его потребителя это \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Основная часть производственных или товарных запасов, предназначенных для обеспечения непрерывности процесса производства или сбыта между двумя очередными поставками– это \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6. Затраты в области обращения, которые связаны с приобретением и сбытом товаров называются \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7. Предложите методы розничной продажи во вновь открываемом универмаге такой товарной группы как чулочно-носочные и трикотажные изделия.

8. Обозначение, позволяющее отличить товары одного производителя от товаров другого производителя,  называются\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

9. Известно, что:

-ежедневная прибыль от реализации сельскохозяйственных продуктов до проведения рекламной кампании составляла 9 тыс. руб.

 -ежедневные затраты на рекламу составляют 1,5тыс. руб.

 - ежедневная прибыль после начала рекламной кампании составляет 10 тыс. руб. С учетом этого прибыль сельскохозяйственного предприятия от проведения рекламной кампании составляет\_\_\_\_\_\_\_\_ тыс.руб.

10. Принять решение по выбору поставщика ТМЦ, если их поставляют на предприятие три фирмы (А, В и С), производящие одинаковую продукцию, одинакового качества. Характеристики фирм следующие:

- удаленность от предприятия: А – 236 км, Б – 195 км, С – 221 км;

- разгрузка: А и С – механизированная, Б – ручная;

- время выгрузки: при механизированной разгрузке – 1 час 30 мин., при ручной – 4 часа 30 мин.;

- транспортный тариф: до 200 км – 0,9 тыс.руб./км, от 200 до 300 км – 0,8 тыс.руб./км;

- часовая тарифная ставка рабочего, осуществляющего разгрузку – 450 руб./час.