

«Основы коммерческой деятельности»

Вопросы и ответы из теста по [Основам коммерческой деятельности](#) с сайта [oltest.ru](#).

Общее количество вопросов: 167

Тест по предмету «Основы коммерческой деятельности».

1. В общей сумме расходов на товародвижение самую высокую долю имеют затраты на:
 - **транспортировку**
2. Вид продвижения товаров, объединяющий средства и приемы, позволяющие ускорить или усилить ответную реакцию того или иного рынка, — это:
 - **стимулирование сбыта**
3. Возможные убытки в процессе осуществления коммерческой деятельности — это риск ...
 - **коммерческий**
4. Время обращения среднего товарного запаса за определенный период — это:
 - **товарооборачиваемость**
5. Все виды движения разнообразных материальных и духовных благ, связанных с удовлетворением потребностей, — это:
 - **общественный обмен**
6. Все организации, участвующие в передвижении или обмене товаров, иначе говоря, являются посредниками между производством и потреблением — это:
 - **каналы распределения**
7. Все потенциальные потребители с определенными нуждами и потребностями, для удовлетворения которых они желают и способны участвовать в обмене, образуют:
 - **рынок**
8. Все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления, является:
 - **товаром**
9. Деньги как мера стоимости
 - **обеспечивают возможность сопоставления цен**
10. Деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности, — это:
 - **услуги**
11. Для изобразительной рекламы характерна:
 - **выразительность**
12. Зарегистрированное в установленном порядке наименование фирмы, представляющее собой слово, букву или несколько слов и букв, которые обычно легко произносятся, — это:
 - **фирменное имя**
13. Зарегистрированное в установленном порядке обозначение, служащее для отличия товаров данной фирмы от изделий других фирм, представляющее собой символ, рисунок, графическое обозначение или просто отличительный цвет, — это:
 - **фирменный (торговый) знак**



14. Идеальные представления покупателей об определенном виде товара — это:

- **желания покупателей**

15. Изделия, которые полностью потребляются за один или несколько циклов их использования (продукты питания, моющие средства, средства личной гигиены и т.д.), — это товары ...

- **кратковременного пользования**

16. Изделия, многократно используемые в процессе их потребления (холодильники, одежда, предметы домашнего обихода и т.д.), — это товары и услуги ...

- **длительного пользования**

17. Имя, знак, символ (или сочетание их), которые свидетельствуют и подтверждают принадлежность продукции конкретным производителям, продавцам или их группам, — это:

- **товарная марка**

18. Институт или механизм, который сводит вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) конкретного товара или услуги, — это:

- **рынок**

19. Инструмент продвижения товара, для которого в профессиональном лексиконе маркетинга используется термин, в переводе с английского означающий «уведомление», — это:

- **реклама**

20. Интенсивный сбыт практикуется при оптовой продаже

- **товаров широкого потребления**

21. Интерактивный подход к организации торговли, при котором используют индивидуально адресуемые средства товародвижения в целях стимулирования спроса на продукцию предприятия методом обеспечения тесной связи с клиентами, регистрации и хранения в базе данных информации о покупателях, предложениях и коммерческих контактах, — это коммерция ...

- **компьютерная**

22. Информативная реклама преобладает на этапе жизненного цикла товара

- **выведения на рынок**

23. Исходной точкой концепции интенсификации коммерческих усилий является:

- **сбыт**

24. Исходной точкой концепции коммерции является:

- **потребитель**

25. К недостаткам телерекламы относится:

- **высокая стоимость передачи**

26. К преимуществам телевидения как средства рекламы относится:

- **высокая степень привлечения внимания**

27. К функциям предприятий оптовой торговли относятся:

- **сбыт и его стимулирование**

28. К характерным чертам прямой почтовой рекламы относится:

- **избирательность аудитории**

29. Канал распределения нулевого уровня обычно используется при:

- **сложном технологическом производстве, когда изготовитель своими силами обеспечивает монтаж сложного оборудования**



30. Канал распределения, включающий производителя, продающего товар непосредственно потребителям, называется:

- **каналом нулевого уровня**

31. Когда спрос негативен и его необходимо создать, используется:

- **конверсионная коммерция**

32. Когда спрос существенно превышает предложение или когда затраты на производство единицы продукции достаточно велики и их необходимо уменьшить за счет массового изготовления продукции, оправдано применение концепции

- **совершенствования производства**

33. Количество покупаемого товара, как правило, тем

- **больше, чем ниже цена**

34. Количество предлагаемого товара, как правило, тем

- **больше, чем дороже товар**

35. Коммерция, ориентированная на условия, когда спрос значительно превышает производственные мощности, или наоборот, объем производства данного товара оказывается больше потребностей рынка, — это:

- **синхромаркетинг**

36. Коммерция, применяемая в условиях формирующегося спроса на товары, т.е. когда процесс превращения потенциального спроса в реально предъявляемый спрос является главной задачей, — это:

- **развивающая коммерция**

37. Коммерческая система, включающая производителя, оптовых и розничных торговцев, действующих как единая система, в которой один из членов канала либо является владельцем остальных, либо предоставляет им торговые привилегии, либо обладает мощностью, обеспечивающей их полное сотрудничество, называется:

- **вертикальной**

38. Коммерческая система, при которой две или более фирмы на постоянной или временной основе объединяют свои усилия с целью расширения маркетинговых возможностей, поскольку у отдельной фирмы или не хватает капитала, технических знаний, производственных мощностей, маркетинговых ресурсов для действий в одиночку, или она боится рисковать, называется:

- **горизонтальной**

39. Коммерческий обмен ценностями в виде устного или письменного договора двух или нескольких экономических субъектов о проведении некоторых действий, связанных с разными формами экономического и торгового взаимодействия, называется:

- **сделкой**

40. Комплекс мероприятий по управлению ассортиментом продукции, в который входит создание новых товаров и запуск их в производство, исключение из производственной программы товаров, потерявших потребительский спрос, модификацию товаров, вопросы упаковки, товарного знака и наименования товара — это политика ...

- **товарная**

41. Конкретная модель, марка или типоразмер продукции, выпускаемой данным предприятием, — это:

- **ассортиментная позиция**

42. Концепция, заключающаяся в создании предприятием товаров наивысшего качества, с лучшими эксплуатационными свойствами и характеристиками, является концепцией

- **совершенствования товара**



43. Концепция, используемая, когда накопление товаров обостряет проблему сбыта и предприятие всеми доступными средствами пытается реализовать произведенные товары, называется концепцией

- **интенсификации коммерческих усилий**

44. Концепция, основанная на предрасположенности потребителей к широко распространенным и доступным по ценам товарам, что требует постоянного совершенствования технологии и организации производства, повышения эффективности системы распределения, является концепцией

- **совершенствования производства**

45. Критерием классификации каналов распределения на прямые и косвенные является использование в процессе перемещения товаров от производителя к потребителям

- **посредников**

46. Легитимная деятельность юридических и физических лиц (получивших от государства специальный правовой статус), которая направлена на систематическое получение прибыли от использования имущества, производства и продажи (либо от перепродажи) товаров, выполнения работ, оказания услуг, — это:

- **предпринимательство**

47. Лица, непосредственно осуществляющие покупку, — это:

- **покупатели**

48. Лица, пользующиеся товарами и услугами предприятия постоянно, называются:

- **клиентами**

49. Лица, фирмы и организации, которые содействуют продавцам и покупателям в заключении и исполнении контрактов, — это:

- **посредники**

50. Любая деятельность по продаже товаров или услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования — это:

- **розничная торговля**

51. Любая деятельность по продаже товаров или услуг тем, кто приобретает их с целью перепродажи или профессионального использования, называется:

- **оптовой торговлей**

52. Любая деятельность по реализации товаров или услуг конечным покупателем для личного потребления — это торговля ...

- **розничная**

53. Максимальный объем предложения товара всеми предприятиями в данной отрасли при соответствующих условиях внешней среды и коммерческих воздействиях — это:

- **потенциал отрасли**

54. Максимальный объем продаж товара всеми предприятиями в данном сегменте при соответствующих условиях внешней среды и коммерческих воздействиях — это:

- **емкость рынка**

55. Массовая коммуникация, которая рождена конкуренцией и связывает экономически людей, предлагающих и покупающих товар или услуги, — это:

- **реклама**

56. Напоминающая реклама особенно важна на этапе жизненного цикла товара

- **зрелости**



57. Необходимость в совокупности материальных и духовных благ и услуг, обеспечивающих определенный процесс жизнедеятельности, является потребностью

- **общей**

58. Несколько торговых предприятий, имеющих одного владельца, общую службу закупок и сбыта, которые часто сами ведут и оптовые операции, — это:

- **корпоративная сеть магазинов**

59. Нужда, принявшая специфическую форму в зависимости от культурного уровня, окружения и особенностей личности, — это:

- **потребность**

60. Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида, является:

- **потребностью**

61. Нужды в духовной близости, влиянии и привязанности являются:

- **социальными**

62. Нужды в знаниях и самовыражении являются:

- **личными**

63. Нужды в пище, одежде, тепле и безопасности являются:

- **физиологическими**

64. Объекты производства, продажи и потребления в нематериальной форме, в виде каких-либо действий или выгод — это:

- **услуги**

65. Объем продажи товаров и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени — это:

- **товарооборот**

66. Объем реализации товаров в денежном выражении — это:

- **розничный товароборот**

67. Ожидаемое количество товаров или услуг, которое предприятие предполагает реализовать при контролируемых и неконтролируемых факторах, — это:

- **прогноз сбыта**

68. Определение перспективных (стратегических) и текущих задач коммерческой деятельности хозяйственного субъекта и способов их решения — это:

- **коммерческая политика**

69. Оптовые покупатели, приобретающие товары для использования в процессе дальнейшего производства и получения отдельных продуктов, эксплуатации в рамках организаций, а также для перепродажи, — это:

- **предприятия-потребители**

70. Основным средством концепции интенсификации коммерческих усилий является:

- **стимулирование продаж и продвижения товара**

71. Особый товар, выполняющий роль всеобщего эквивалента при обмене товаров, форма стоимости всех других товаров — это:

- **деньги**



72. Отдельные покупатели, приобретающие товары для личного (семейного, домашнего) использования, — это:

- **конечные потребители**

73. Отрасль хозяйства, экономики и вид экономической деятельности, объектом, полем действия которых является товарообмен, купля-продажа товаров, а также обслуживание покупателей в процессе продажи товаров и их доставки, хранение товаров и их подготовка к продаже, — это:

- **торговля**

74. Перечень товаров, продаваемых через торговые автоматы, включает в себя

- **сигареты**

75. По размеру торговой площади самым крупным предприятием розничной торговли является:

- **торговый комплекс**

76. Покупательная способность денег и уровень цен:

- **находятся в обратной зависимости**

77. Политика формирования цен на товары и системы цен в целом — это политика ...

- **ценовая**

78. Полные потребности человека, в которых удовлетворяемые потребности смешиваются с неудовлетворяемыми, называются потребностями

- **действительными**

79. Попытки установить цену на товар выше конкурентного равновесного уровня приведут к:

- **появлению излишка товара и затруднению его сбыта**

80. Потребности в безопасности, защищенности — это _____ потребности.

- **самосохранения**

81. Потребности в благах или услугах, производимых мировым сообществом, называются потребностями

- **абсолютными**

82. Потребности в любви, духовной близости (по Маслоу) — это _____ потребности.

- **социальные**

83. Потребности, удовлетворить которые в каждый данный момент позволяют возможности производства и социальные условия, являются потребностями

- **необходимыми**

84. Потребности, удовлетворяющие чувство голода, жажды, — это _____ потребности.

- **физиологические**

85. Потребность, подкрепленная покупательной способностью, — это потребность ...

- **удовлетворяемая**

86. Потребность, представленная на рынке, то есть такая потребность, которая обеспечена определенной суммой денег, — это:

- **спрос**

87. Правильное понимание поведения покупателей предоставляет фирме возможность

- **выработать соответствующую стратегию коммерции**

88. Предельная величина спроса на товар, реализуемый на рынке, — это:

- **емкость рынка**



89. Предложение — это количество товара ...

- **которое готовы продать производители по определенной цене**

90. Предназначены для конечного потребления, для личного, семейного или домашнего использования товары и услуги

- **потребительские**

91. Предназначены для производства добавленной стоимости, реализованной в других товарах и услугах, товары и услуги

- **производственного назначения**

92. Предпринимательская деятельность по покупке товаров или услуг для дальнейшей перепродажи или производственного использования — это торговля ...

- **оптовая**

93. Предприятие применяет конверсионную коммерцию, если имеет место спрос

- **негативный**

94. Предприятие применяет развивающую коммерцию, если имеет место спрос

- **потенциальный**

95. Предприятие применяет стимулирующую коммерцию, если имеет место _____ спрос(-а).

- **отсутствие**

96. Предприятия и организации, способствующие продвижению товаров на рынке, — это:

- **коммерческие посредники**

97. Представление о товаре, которое может сложиться у потребителей при его появлении на рынке, — это:

- **образ товара**

98. Представления покупателей о продукции данного предприятия и его конкурентов — это:

- **восприятия покупателей**

99. При двухуровневом канале распределения товаров промышленного назначения посредниками обычно бывают:

- **дистрибьютор и дилер**

100. При одноуровневом канале распределения потребительских товаров посредником обычно бывает:

- **розничный торговец**

101. При отсутствии спроса на товары и услуги по причине безразличного к ним отношения используется:

- **стимулирующая коммерция**

102. Приобретаются покупателями достаточно часто, без особого выбора, товары

- **повседневного спроса**

103. Продукт труда, имеющий материально-вещественную форму и произведённый для продажи, — это:

- **товар**

104. Производственный процесс можно рассматривать как совокупность

- **определённых действий работников и целесообразных изменений предметов труда**



105. Процесс передачи стороной А стороне Б объекта X и получение от нее взамен объекта Y называется:

- **обменом**

106. Процесс планирования и реализации концепции ценообразования, продвижения и распределения идей, товаров и услуг с целью обеспечения обмена, удовлетворяющего потребности индивидуумов и организаций, — это:

- **маркетинг**

107. Процесс распределения представляет собой совокупность действий по:

- **определению, выбору и привлечению потребителей**

108. Процесс, включающий в себя выбор средств информации и носителей рекламы, планирование использования средств информации, а также выбор охвата, частотности и воздействия, — это:

- **медиапланирование**

109. Процессы, направленные на осуществление актов купли-продажи с целью получения прибыли и связанные со сменой форм стоимости, называются:

- **коммерческими (торговыми)**

110. Процессы, являющиеся продолжением производства в сфере товарного обращения (доставка товаров от производителей к покупателям и потребителям, хранение, управление товарными запасами, упаковка, расфасовка, подсортировка и др.), называются:

- **производственными**

111. Прямая оптовая торговля целесообразна при:

- **транзитных поставках товаров**

112. Распределение товаров на правах исключительности предполагает:

- **ограничение числа посредников**

113. Распределительная сеть включает в себя

- **партнеров по сбыту**

114. Редкие товары, обладающие особой престижностью, — это:

- **товары особого спроса**

115. Реклама, задачами которой являются удержание товара в памяти потребителей и поддержание осведомленности о нем, называется:

- **напоминающей**

116. Реклама, задачами которой являются: рассказ о новинке, формирование образа фирмы, рассеяние опасений, — называется:

- **информативной**

117. Реклама, задачами которой являются: формирование предпочтения к товару, изменение его восприятия, убеждение совершить покупку, — называется:

- **стимулирующей**

118. Рекламная кампания, при которой вначале привлекаются среднетиражные СМИ, затем количество изданий и их престижность возрастают, одновременно увеличивается объем публикаций, затем подключается телевидение и т.п., называется:

- **нарастающей**

119. Рекламная кампания, при которой чередуются (через примерно равные интервалы) одинаковые по объему трансляции на телевидении и одинаковые по размеру публикации в СМИ, называется:

- **ровной**



120. Рекламный лозунг, девиз, направленный на создание имиджа фирмы или на рекламу товара; заголовок рекламного послания, отличающийся повышенной эмоцио-нальностью и сильным подтекстом, призывающим к немедленному действию — вступлению в контакт с производителем товара или покупке товара, — это:

- **слоган**

121. Ремаркетинг предприятие применяет, если имеет место _____ спрос(-а).

- **снижение**

122. Розничная торговля предполагает, что продаются:

- **товары и услуги в магазине, на улице, на дому**

123. Рынок, выбранный в результате исследования рынков сбыта той или иной продукции, обеспечивающий фирме основную долю результатов ее деятельности, называется:

- **целевым**

124. Рынок, выбранный в результате сбыта той или иной продукции или услуги, характеризующийся минимальными расходами на коммерцию и обеспечивающий фирме основную долю результата ее деятельности, называется:

- **целевым**

125. Рыночное равновесие показывает цену

- **при которой нет ни дефицита, ни излишка товара**

126. Синхромаркетинг предприятие применяет, если имеет место спрос

- **колеблющийся**

127. Система научно обоснованных представлений об управлении производственно-сбытовой деятельностью предприятий в условиях рынка — это:

- **концепция коммерции**

128. Система, которая обеспечивает доставку товаров к местам продажи в точно определенное время и с максимально высоким уровнем обслуживания покупателей, называется:

- **товародвижением**

129. Совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают личность к достижению определенных целей, — это:

- **мотивация**

130. Совокупность всех групп товаров и товарных единиц, предлагаемых каким-то продавцом или производителем, — это товарный ...

- **ассортимент**

131. Совокупность продуктов, которые находятся на рынке или могут быть представлены на нем, — это:

- **предложение**

132. Совокупность процессов и операций, направленных на совершение купли-продажи товаров и услуг с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли, — это:

- **коммерция**

133. Совокупность процессов, направленных на совершение купли и продажи товаров и услуг, удовлетворение спроса покупателей, развитие рынков товаров, минимизацию издержек обращения и получение прибыли, — это:

- **коммерческая деятельность**

134. Совокупность существующих и потенциальных покупателей товара называется:

- **рынком**



135. Совокупность факторов демографического, экономического, природного, научно-технического, политического и культурного характера, оказывающих влияние на микросреду коммерции, — это _____ коммерции.

- **макросреда**

136. Совокупность факторов, имеющих непосредственное отношение к предприятию, осуществляющему коммерческую деятельность и оказывающих на него прямое влияние, — это _____ коммерции.

- **микросреда**

137. Совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу, на пути от производителя к потребителю, — это:

- **канал распределения**

138. Соотношение спроса и предложения — это:

- **конъюнктура рынка**

139. Состав и соотношение отдельных видов товаров, услуг в торговой деятельности коммерческого предприятия — это:

- **ассортимент (товаров, услуг)**

140. Социальный слой, занимавшийся торговлей, покупая товары для последующей перепродажи, выступая посредником между производителем и потребителем и присваивая часть стоимости, создаваемой трудом мелких производителей, — это:

- **купечество**

141. Способ продвижения товаров путем устного их представления во время личной беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями — это:

- **персональная продажа**

142. Способом удовлетворения нужд людей, обладающим наибольшими преимуществами, является:

- **обмен**

143. Спрос — это количество продукта ...

- **которое потребители готовы купить по определенной цене**

144. Среди методов определения расходов на рекламу наиболее эффективным, с точки зрения реализации целей рекламной кампании, считается:

- **целевой метод**

145. Среди предприятий розничной торговли наиболее высокий объем продаж имеют:

- **комбинированные магазины**

146. Среди предприятий розничной торговли наиболее узкий ассортимент товаров имеют:

- **специализированные магазины**

147. Среди предприятий розничной торговли наиболее широкий ассортимент товаров имеют:

- **комбинированные магазины**

148. Средство, при помощи которого организованная деятельность объединяется в единое целое, — это:

- **коммуникация**

149. Стимулирование спроса на товары путем публикации в различных изданиях сведений о товарах или получения благоприятных отзывов о них на радио и телевидении — это:

- **пропаганда (как вид продвижения товаров)**



150. Стратегические задачи системы распределения включают:

- **прогнозирование и планирование перспективных потенциальных каналов и путей распределения**

151. Тип рынка, на котором спрос на товар ниже его предложения, — это рынок ...

- **покупателя**

152. Тип рынка, на котором спрос на товар превосходит его предложение, — это рынок ...

- **продавца**

153. Товарная марка, персонифицированная каким-либо образом, — это:

- **торговый (товарный) образ**

154. Товаром нельзя назвать:

- **воздух**

155. Товаропроизводитель или организация, предоставляющая услуги; оптовая торговля; розничная торговля; коммерсанты; конечный покупатель — это:

- **участники коммерции**

156. Товары, которые покупатель приобретает после сравнения по пригодности, качеству, цене, внешнему оформлению и т.д. (одежда, электробытовые приборы и др.), — это:

- **товары предварительного выбора**

157. Товары, которые потребителю незнакомы или о покупке которых он ранее не задумывался, — это:

- **товары пассивного спроса**

158. Товары, купленные для удовлетворения личных потребностей, — это товары ...

- **потребительские**

159. Товары, предназначенные для переработки или дальнейшего использования в бизнесе, — это товары ...

- **производственно-технического назначения**

160. Традиционная коммерческая система распределения отличается от других систем тем, что ...

- **участники канала независимы друг от друга**

161. Увещевательная реклама имеет значимость на этапе жизненного цикла товара

- **роста**

162. Управление сбытом по методу интенсивного распределения товаров предполагает:

- **обеспечение запасов товаров в возможно большем числе торговых точек**

163. Условие исключительного дилерства означает, что дилеры

- **не торгуют товарами фирм-конкурентов**

164. Форма сообщений и иных действий, направленных на оказание помощи потенциальным покупателям в выборе и приобретении продукции своего предприятия, побуждающих их приобрести эти товары или благожелательно к ним относиться, — это:

- **продвижение**

165. Часть общей стратегии торгового предприятия, нацеленная на подбор оптимального круга товаров для продажи с точки зрения рентабельности, соответствия запросам потребителей и т.д., называется политикой

- **ассортиментной**



166. Чувство нехватки чего-либо, исходящей от природы человека, является:

- **нуждой**

167. Юридическое или физическое лицо, пользующееся услугами или покупающее товары у другого физического или юридического лица, в этих целях вступающее с ним в деловые отношения, — это:

- **клиент**

Файл скачан с сайта oltest.ru

oltest.ru

