МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РСО-АЛАНИЯ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ВЛАДИКАВКАЗСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ»

 **ТЕСТЫ**

по профессиональному модулю **ПМ.01Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью**

специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Владикавказ 2015

**МДК.01.01. Организация коммерческой деятельности**

1. **Рынок товаров характеризуется следующими признаками:**
2. потенциал, привлекательность, доступность и стабильность;
3. потенциал, емкость, стабильность;
4. доступность, возможность моделирования;
5. стабильность и доступность.

1. **Продовольственные и непродовольственные товары на основе покупательских привычек потребителей подразделяются на товары:**
2. предварительного выбора, полуфабрикаты, материалы;
3. повседневного спроса, особого спроса;
4. повседневного спроса, предварительного выбора, особого спроса, пассивного спроса;
5. сырье, материалы, полуфабрикаты, средства труда.
6. **Особенности функционирования торговых предприятий в условиях рыночной системы:**
7. организационно – распорядительное управление торговым процессом;
8. ориентация товарной политики на спрос и предложение;
9. прибыль - результат ценовых манипуляций на продаваемые товары;
10. ориентация товарной политики на спрос.
11. **Реальные предпосылки к предпринимательству в России появились в:**
12. XVII-XVIII вв.;
13. XVIII- XVIIII вв.;
14. 16-17 вв.;
15. 19-20 вв..
16. **Исключите факторы, не влияющие на размещение магазинов :**
17. градостроительные;
18. транспортные;
19. экономические;
20. экологические.
21. **Какие факторы не влияют на инвестиционную деятельность торгового предприятия?**
22. политическая стабильность;
23. норма прибыли на вложенный капитал;
24. уровень инфляции;
25. организационно – правовая форма предприятия.
26. **Лизинг получил широкое распространение в связи с:**
27. высвобождением изношенного парка машин и оборудования;
28. возможностью пополнения финансовых ресурсов фирмы;
29. уменьшение амортизационных отчислений;
30. изменением срока уплаты налога.
31. **Какие требования предъявляются к качеству коммерческой информации:**
32. достоверность;
33. периодичность;
34. открытость;
35. системность.
36. **Исключите несуществующие виды адаптации коммерсанта – предпринимателя:**
37. профессиональная;
38. организационная;
39. коллективная;
40. социально- психологическая.
41. **Директивному стилю управления свойственно:**
42. обеспечение самоконтроля в ходе выполнения заданий;
43. ориентация на выработанную стратегию предприятий;
44. коллегиальный способ принятия решений;
45. повышение риска принятия ошибочных решений.
46. **В ценовой политике, связанный с новыми товарами, могут применяться подходы:**
47. установление высокой цены;
48. скользящие цены;
49. замораживание цен;
50. ценовые скидки.
51. **Что из перечисленного не относится к принципам товаропродвижения:**
52. планомерность;
53. цикличность;
54. ритмичность;
55. оперативность.
56. **Нарушение договора поставки поставщиком предполагается существенным в случаях:**
57. поставки товаров ненадлежащего качества;
58. изменение условий договора;
59. неоднократной невыборки товаров;
60. неоднократного нарушения сроков оплаты.
61. **Что из перечисленного не является основными коммерческими условиями поставки:**
62. периоды;
63. графики и порядок поставки;
64. объем партии;
65. приемка и расчеты за поставленные товары.
66. **Коммерческими документами, представляющими договорные соглашения купли-продажи товаров, являются:**
67. документы по платежно-банковским операциям;
68. документы по подготовке товара к отправке;
69. контракт;
70. документы страхового назначения.
71. **В зависимости от партнеров по кооперации различают виды кооперации:**
72. горизонтальную;
73. ступенчатую;
74. круговую;
75. сплошную.
76. **Исключите несуществующие виды реализации продукции:**
77. интенсивная;
78. выборочная;
79. единая;
80. прямая.
81. **Торги – это:**
82. оптовая продажа, заключение сделок и прямых контрактов на реализацию товара по представленным образцам;
83. продажа товаров, обладающих индивидуальными свойствами и ценностями;
84. способ закупки товаров, размещения заказов, выдачи подрядов путем привлечения покупателем предложений нескольких поставщиков, выбора наиболее выгодных из них и заключения с ним сделки;
85. розничная продажа.
86. **Что из перечисленного не относится к методам нейтрализации рисков:**
87. уклонение от риска;
88. диверсификация риска;
89. факторинг;
90. объединение риска.
91. **Факторинг – это:**
92. переуступки банку или специализированной факторинговой компании неоплаченных долговых требований, возникающих между контрагентами в процессе реализации товаров и услуг на условиях коммерческого кредита, в сочетании с элементами бухгалтерского, информационно – сбытового, юридического и другого обслуживания фирмы – поставщика;
93. возможность в течение определенного срока и в определенных пределах уменьшить свои платежи по налогу;
94. договорные отношения, при которых имущество передается в аренду;
95. финансовая поддержка из средств федерального бюджета.
96. **Согласно ГК РФ одним лицом может учреждаться:**
97. Хозяйственное общество;
98. Хозяйственное товарищество;
99. Общество с ограниченной ответственностью;
100. Индивидуальное частное предприятие (ИЧП).
101. **К коммерческому предпринимательству относятся такие виды деятельности, как:**
102. Посредническая;
103. Торгово – посредническая;
104. Лизинговая;
105. Страховая.
106. **Номенклатура и размеры запасов, сырья, материалов, полуфабрикатов и пр. являются показателями планирования:**
107. Основных производственных средств;
108. Оборотных средств;
109. Трудовых ресурсов;
110. Инвестиций.
111. **Многоотраслевая система предприятий с единым финансовым центром – это:**
112. Концерны;
113. Тресты;
114. Картели;
115. Конгломераты.
116. **Объединения, основанные на проникновении крупных корпораций в отрасли, не имеющие связи с традиционными формами деятельности главной фирмы:**
117. Тресты;
118. Конгломераты;
119. Концерны;
120. Картели.
121. **Какие звенья выделяют в организационной структуре управления:**
122. Производственные;
123. Линейные;
124. Управленческие;
125. Технологические.
126. **Объединение капиталов характерно:**
127. Товариществу на вере;
128. Корпорации;
129. Закрытому акционерному обществу;
130. Всем перечисленным выше формам деятельности.
131. **Добровольные объединения граждан на основе членства для совместной хозяйственной деятельности, основанные на личном трудовом участии и объединении их паевых взносов – это:**
132. Товарищества;
133. Общества с дополнительной ответственностью;
134. Производственные кооперативы;
135. Акционерные общества.
136. **Объединение предпринимательских структур на временной основе для решения общих целей, без образования юр. Лица называется:**
137. Концерн;
138. Конгломерат;
139. Картель;
140. Консорциум.
141. **Предприятие, учрежденное одним или несколькими лицами, уставной капитал, которого разделен на доли определенных размеров и где ответственность ограничена называется:**
142. Производственный кооператив;
143. Акционерное общество;
144. Унитарное предприятие;
145. Общество с ограниченной ответственностью.
146. **К решению в области товарной политики относятся:**
147. Совершенствование ценообразования;
148. Проведение маркетинговых исследований;
149. Снятие с производства устаревших товаров;
150. Установление сроков годности продукции.
151. **Какую стратегию маркетинга выберет фирма, если она действует на рынках первичного и вторичного спроса:**
152. Экстенсивного развития;
153. Интенсивного развития;
154. Усиления конкурентоспособности;
155. Создания круга надежных клиентов.
156. **Какие элементы не включает в себя концепция сбыта:**
157. Товар;
158. Потребности;
159. Сбыт и стимулирование продажи;
160. Получение прибыли за счет увеличения объемов продаж.
161. **Коммерческие риски – это риски, связанные:**
162. С нехваткой рабочей силы;
163. С изменением спроса на продукцию;
164. С недостатком управленческого опыта;
165. Со стихийным бедствием.
166. **«Рынку покупателя» характерно все, за исключением:**
167. Продавец диктует цену покупателю;
168. Господство принципа «пусть остерегается продавец»;
169. Хорошая информированность потребителя о качестве товара;
170. Развитая сеть обществ потребителей.
171. **К собственным средствам распределения товаров фирмы относят:**
172. Коммивояжерство;
173. Сбытовые филиалы фирмы;
174. Дилеров;
175. Верны 1 и 2 ответы.

**МДК 01.02. Организация торговли**

**1.Торговля – это особая деятельность людей,**

**связанная с…**

1.актом купли-продажи;

2.возврата долга;

3.розничная продажа товаров;

4.достижение согласия в суде.

**2.Основные задачи, стоящие перед работниками торговли…**

1.наиболее полное удовлетворение покупательского спроса;

2.организация розничной торговой сети;

3.организация работы оптовой торговли;

4.организация работы с кадрами.

**3.Товар – это…**

1.эквивалент обмена;

2.средство обмена;

3.продукт хозяйственной производственной деятельности

4.средство образования и накопления сокровищ.

**4.Деньги – это…**

1.способность удовлетворять какую-либо потребность человека;

2.общественный учёт затраченного на производство продукта труда;

3.объект купли-продажи;

4.потребительная стоимость.

**5.Цена – это…**

1.мера стоимости;

2.денежное выражение стоимости единицы товара;

3.средства платежа;

4.средства обращения.

**6.Свидетельство о Государственной регистрации**

**юридического лица документ,**

1.подтверждающий существование юридического лица

местными органами власти;

2.подтверждающий, что юридическое лицо включено

В Государственный реестр;

3.содержащий сведения о профессиональной подготовке

специалистов;

4.дающий право ведения производственной деятельности.

**7.К современным формам торговли относятся:**

1.оптовая;

2.рыночная;

3.мелкорозничная;

4.розничная.

**8.Современные виды торговли – это…**

1.частная;

2.мелкооптовая;

3.кооперативная;

4.личная.

**9.Важными задачами оптовой торговли являются:**

1.обеспечение потребностей рынка страны в сфере опта;

2.изучение спроса оптовых покупателей;

3.изучение спроса розничных покупателей;

4.организация руководства оптовыми предприятиями.

**10.Функции оптовой торговли на макроуровне:**

1.фасовка, упаковка, доставка товаров до потребителя;

2.кредитование;

3.интегрирующая;

4.оценка потребностей и спроса.

**11.Функции оптовой торговли на микроуровне**

1.оценочная;

2.накопление и хранение товарных запасов;

3.определение уровня общественно необходимых затрат труда через ценообразование;

4.определение ёмкости рынка.

**12.Оптовое предприятие – это…**

1.кооперативное торговое предприятие;

2.информационный посредник;

3.оптовый посредник, приобретающий право собственности на большие партии товаров;

4.фирма, осуществляющая сбыт на основе оптовых закупок.

**13.Разрешение на торговлю – это документ,**

1.дающий право осуществлять хозяйственную деятельность;

2.дающий право реализовать товары;

3.подтверждающий право на ведение конкретной торговой деятельности;

4.контролировать торговую деятельность.

**14.Лицензия – это документ, который …**

1.подтверждает право на ведение конкретной торговой деятельности;

2.подтверждает разрешение комиссии при местной администрации на торговлю;

3.даёт право осуществлять хозяйственную деятельность;

4.утверждает существование данного предприятия.

**15.Виды розничной торговой сети**

1.склад;

2.магазин;

3.торговое предприятие

4.передвижная.

**16.Книга отзывов и предложений – это документ установленной формы,**

1.в котором покупатели записывают свои предложения и замечания;

2.в котором записывают свои замечания руководители вышестоящей организации;

3.в котором регистрируют свои замечания проверяющие лица;

4.в котором отмечают своё посещение представители органов контроля.

**17.Журнал проверок – это документ,**

1.который содержит реквизиты товаров;

2.в котором контролирующие органы фиксируют результаты проверок;

3.который даёт право на ведение торговли;

4. в котором регистрируются все обмеры и обвесы.

**18.Склады – это…**

1.центры маркетинговых исследований;

2.структурные подразделения оптовых торговых предприятий;

3.закупочные предприятия;

4.брокерские конторы.

**19.Розничная торговая сеть – это…**

1.совокупность торговых предприятий, торгующих крупными партиями товаров;

2.совокупность торговых предприятий, осуществляющих мелкорозничную торговлю;

3.торговые предприятия, осуществляющие обслуживание местного населения;

4.совокупность торговых предприятий, размещённых на определённой территории.

**20.Специализированные торговые предприятия:**

1.комбинированные;

2.торговые центры;

3.универсамы;

4.универмаги.

**21.Торговое предприятие осуществляет**

1.куплю-продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного или дальнейшего использования;

2.накопление товаров для дальнейшей их реализации;

3.изучение покупательского спроса для дальнейшего заказа товаров;

4.завоз товаров на базы и склады.

**22.Виды зданий магазинов:**

1.торговые залы;

2.бутики;

3.встроенные;

4.полуоткрытые.

**23.Виды помещений магазина:**

1встроенно-пристроенные;

2.административно-бытовые;

3.отдельно стоящие;

4.утеплённые.

**24.Виды технологических планировок торгового зала:**

1.технологическая;

2.боксовая;

3.отдельно стоящая;

4. открытая.

**25.Рабочее место в магазине – это…**

1.зона работы одного или группы людей, ограниченная определённой площадью;

2.зона работы продавца, оснащённая современным уровнем техники;

3.место для дополнительного обслуживания покупателей;

4. место для упаковки товаров покупателями.

**26.Канал товародвижения – это**

1.установление кратчайших путей товародвижения;

2.использование оптимальной звенности товародвижения;

3.совокупность независимых организаций, участвующих в процессе товародвижения;

4.правильный выбор транспортных средств.

**27.Торгово-технологический процесс в магазине – это …**

1.комплекс взаимосвязанных торговых и технологических операций и является завершающей стадией всего торгово-технологического процесса товародвижения;

2.операции с товарами до предложения их покупателям;

3.операции непосредственного обслуживания покупателей;

4.дополнительные операции по обслуживанию покупателей.

**28.Тара – это …**

1.средство защищающее товар от повреждения;

2.средство, защищающее товар от влияния других товаров;

3. промышленное изделие, предназначенное для упаковки товаров с целью их сохранности при хранении, транспортировке и продаже;

4.изделие, выполняющее роль коммерческой информации торговой рекламы.

**29.По кратности оборота различают тару….**

1.возвратную;

2.многооборотную;

3.стеклянную;

4.внешнюю.

**30.Приёмка товаров – это…**

1.проверка поставщиками добровольных обязательств;

2.составная часть складского технологического процесса;

3.установление фактического количества, качества и комплектности товаров, а также отклонений и вызвавших их причин;

4.соответствие фактически поступивших товаров правовым актам.

**Ответы к тестам**

**МДК 01.01. Организация коммерческой деятельности**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | a | 16 | a | 31 | c |
| 2 | c | 17 | b | 32 | c |
| 3 | b | 18 | c | 33 | b |
| 4 | a | 19 | c | 34 | b |
| 5 | d | 20 | a | 35 | a |
| 6 | b | 21 | d | 36 | d |
| 7 | a | 22 | b |  |  |
| 8 | a | 23 | b |  |  |
| 9 | c | 24 | a |  |  |
| 10 | d | 25 | b |  |  |
| 11 | a | 26 | b |  |  |
| 12 | b | 27 | d |  |  |
| 13 | a | 28 | c |  |  |
| 14 | c | 29 | d |  |  |
| 15 | c | 30 | d |  |  |

**МДК 01.02. Организация торговли**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 1 | 16 | 1 |
| 2 | 1 | 17 | 2 |
| 3 | 3 | 18 | 2 |
| 4 | 2 | 19 | 3 |
| 5 | 2 | 20 | 1 |
| 6 | 2 | 21 | 1 |
| 7 | 2 | 22 | 3 |
| 8 | 2 | 23 | 2 |
| 9 | 1 | 24 | 2 |
| 10 | 3 | 25 | 1 |
| 11 | 2 | 26 | 3 |
| 12 | 3 | 27 | 1 |
| 13 | 2 | 28 | 3 |
| 14 | 1 | 29 | 2 |
| 15 | 4 | 30 | 3 |