

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 20.06.2024 09:11:15
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6b1ad0836

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Организация коммерческой деятельности, 2 семестр

| | |
|-----------------------------|--|
| Код, направление подготовки | 38.03.02 Бизнес Информатика |
| Направленность (профиль) | Экономика предприятий и управление бизнес-процессами |
| Форма обучения | Очная |
| Кафедра-разработчик | Менеджмента и бизнеса |
| Выпускающая кафедра | Менеджмента и бизнеса |

| Проверяемая компетенция | Задание | Варианты ответов | Тип сложности вопроса |
|-------------------------|---|---|-----------------------|
| ОПК-4.2 | 1.Под «коммерцией» понимают: (один вопрос верный) | а) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли; б) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров; в) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций купли-продажи товаров; г) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров. | низкий |
| ОПК-4.2 | 2.Как называются хозяйственные связи, при которых экономические и правовые взаимоотношения по поставкам продукции производственно-технического назначения устанавливаются непосредственно между изготовителями и потребителями продукции? | а) внутриотраслевые; б) межотраслевые; в) прямые; г) опосредованные; д) длительные | низкий |

| | | | |
|---------|--|---|--------|
| | (один вопрос верный) | | |
| ОПК-4.2 | 3.Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе оформления хозяйственных связей? (один вопрос верный) | а) поставка товаров, проведение претензионной работы, определение путей сбыта товаров, изучение рынка товаров; б) юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, проведение учета и контроля выполнения договорных обязательств; в) юридическое обоснование договорных обязательств, определение возможных источников закупки, изучение рынка товаров; г) согласование условий по функционированию хозяйственных связей, устранение разногласий по договорам, оформление текста договора поставки. | низкий |
| ОПК-4.2 | 4.Дистрибьюторы с полным набором услуг приобретают продукцию у основных изготовителей, складывают и реализуют потребителям в режиме сервисного обслуживания: (один вопрос верный) | а) да; б) нет. | низкий |
| ОПК-4.2 | 5. Выберите правильное определение оптовой торговли. (один вопрос верный) | а) совокупность экономических, правовых, организационных взаимоотношений между субъектами рынка в процессе обмена; б) отрасль товарного обращения, участники которой реализуют продукцию крупными партиями для продажи, перепродажи в целях профессионального использования; (+) в) целостная динамичная система рыночного механизма, нацеленная на продажу товаров населению; | низкий |

| | | | |
|---------|---|--|---------|
| | | г) вид деятельности, направленный на выявление рыночного спроса и своевременное его удовлетворение. | |
| ОПК-4.2 | 6. Коммерческая информация выполняет следующие функции: (один вопрос верный) | а) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, обоснование технологических функций предприятий, разработка бизнес-планов развития предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия; б) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, оценка конъюнктуры рынка, определение динамики рыночных процессов, координация инвестиционной деятельности; в) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, развитие материально-технической базы предприятия; г) установление стратегических целей и задач коммерческой деятельности предприятия, принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, координация деятельности отдельных структур на предприятии | средний |
| ОПК-4.2 | 7. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада. (один вопрос верный) | а) личный отбор товара на складе; б) по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; в) через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); г) с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках; д) личный отбор товара на складе; по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); с помощью активных звонков из | средний |

| | | | |
|---------|--|--|---------|
| | | диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках. | |
| ОПК-4.2 | 8. Что подразумевает утверждение «Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»? (один вопрос верный) | а) то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов; б) то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду; в) то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой; г) то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений; д) то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга. | средний |
| ОПК-4.2 | 9. Технология проведения гласного аукциона включает: (один вопрос верный) | а) объявление аукционистом минимальной цены на товар для дальнейшего ее повышения до окончательной цены покупки (трехкратный удар молотка «продано»); б) объявление аукционистом максимальной цены на товар для дальнейшего ее понижения до окончательной цены покупки (трехкратный удар молотка «продано»); в) объявление аукционистом о конкурсной продаже национальной валюты за свободноконвертируемую валюту, имеющую покупательский спрос в стране; г) мимику, жесты, записки, подаваемые аукционисту по установленным правилам; имя покупателя остается в тайне. | средний |
| ОПК-4.2 | 10 К факторам косвенного воздействия относятся (три ответа верны) | а) экономическая, политическая, социальная обстановка в стране 1. б) научно-технический прогресс 2. в) социальные и культурные традиции 3. г) биржи, ярмарки, выставки | средний |

| | | | |
|---------|--|---|---------|
| | | <p>4. д) акционеры</p> <p>5. е) банковская система</p> | |
| ОПК-4.2 | <p>11. Юридическое лицо (коммерческая организация, либо коммерческое предприятие) обязательно должно иметь в собственности какое-либо имущество: (один вопрос верный)</p> | <p>а) обязательно, без собственного имущества не может быть юридического лица</p> <p>1. б) не обязательно, имущество может быть в хозяйственном ведении, оперативном управлении, в аренде и т.п.</p> <p>2. в) в зависимости от содержания учредительных документов</p> | средний |
| ОПК-4.2 | <p>12. К факторам прямого воздействия относятся (три ответа верны)</p> | <p>а) нормативно-правовые факторы</p> <p>1. б) покупатели</p> <p>2. в) поставщики</p> <p>3. г) конкуренты</p> <p>4. д) научно-технический прогресс</p> <p>5. е) международная обстановка</p> <p>6. ж) обычаи делового оборота</p> | средний |
| ОПК-4.2 | <p>13. Стоимость произведенной продукции в действующих ценах выросла за год на 8%. Цены за этот же период снизились на 2%. Как изменился объем продукции? (один вопрос верный)</p> | <p>а) увеличился на 16%;</p> <p>б) увеличился на 5,8%;</p> <p>в) увеличился на 10,2%.</p> | средний |
| ОПК-4.2 | <p>14. Мерчендайзинг это (два ответа верны)</p> | <p>а) торговля брендовым товаром</p> <p>б) способ выкладки товаров на полке, с целью подвергнуть их максимальному риску быть проданными.</p> <p>в) вид деятельности, направленный на продвижение товаров и торговых марок на региональном рынке, используемый крупными предприятиями розничной торговли (супермаркетами, гипермаркетами), причиной возникновения которого послужила нехватка квалифицированных продавцов.</p> | средний |

| | | | |
|-----------|---|---|---------|
| | | г) все ответы верны | |
| ОПК-4.2 | <p>15. Первый в России Торговый Устав (1653) устанавливал единую торговую пошлину в столько % цены продаваемого товара:</p> <p>(один вопрос верный)</p> | <p>а) 15 б) 30 в) 5</p> | средний |
| ОПК – 4.2 | <p>16. В хлебном магазине покупатель попросит половинку хлеба массой 0,8 кг без упаковки, но разрезанного на две части хлеба не было. Тогда покупатель попросил продавца отрезать хлеб. Продавец в просьбе отказал, сказав, что хлеб вообще не разрезают. Прав ли продавец?</p> <p>(один вопрос верный)</p> | <p>А) В данной ситуации продавец не прав. Хлеб массой 0,8 кг и более и без упаковки изготовителя может разрезаться на 2 или 4 равные части (Постановление № 55, 37). Б) не верно В) не верно номер статьи</p> | высокий |
| ОПК-4.2 | <p>17. К основным направлениям коммерческо-посреднической деятельности относятся:</p> <p>(Три ответа верны)</p> | <p>а) установление партнерских отношений; (+) б) купля-продажа товаров; (+) в) сбыт готовой продукции; (+) Г) разработка технологической карты.</p> | высокий |
| ОПК-4.2 | <p>18. Принципами коммерческой деятельности являются:</p> <p>(два ответа верны)</p> | <p>а) обоснование коммерческих приоритетов и использование принципов маркетинга; б) принцип производственного планирования; в) профилактика коммерческих рисков;</p> | высокий |

| | | | |
|---------|--|---|---------|
| | | г) повышение ответственности за принятые обязательства | |
| ОПК-4.2 | 19. К типу предприятий розничной торговли относятся: (три ответа верны) | а) специализированные магазины, универмаги; б) супермаркеты, бентамы; в) дискаунтеры, фирменные магазины; г) дистрибьюторские центры, тоннары и склады-отели | высокий |
| ОПК-4.2 | 20. Что будет целью коммерческой стратегии? (два ответа верны) | а) определение целей и задач коммерческой деятельности, определение возможностей предприятия к изменению коммерческой деятельности, оценка мобилизационных возможностей коммерческой деятельности предприятия; б) определение инвестиционных возможностей предприятия, оценка эффективности коммерческой деятельности, обобщение информации о рыночных процессах, накопление информации о внешней среде, оценка материально-технической базы предприятия; в) разработка бизнес-планов развития предприятий, образование коммерческой службы, расширение целевых рынков, создание баз данных для информационного обеспечения коммерческой деятельности; г) определение организационной структуры предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия, определение экономической эффективности коммерческой деятельности предприятия, оценка соответствия предлагаемого ассортимента товаров и реальных денежных доходов населения | высокий |