

Составители: к.э.н., доцент Пиливанова Е.К., доцент Согомоян С.А.

Настоящая программа предназначена для лиц, поступающих в магистратуру по направлению 38.04.06 «Торговое дело». Программа содержит темы для подготовки к комплексному экзамену, рекомендуемую нормативно-правовую и учебную литературу для подготовки к вступительным экзаменам, а также примерный вариант теста проверки знаний поступающих на данную магистерскую программу.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Порядок проведения вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.04.06 «Торговое дело»
2. Программа подготовки к вступительному экзамену по направлению «Торговое дело»
3. Примерные тестовые задания

1. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 38.04.06 «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»

При поступлении в магистратуру по направлению 38.04.06 «Торговое дело» проводится комплексный экзамен, который представляет собой междисциплинарное тестирование для определения уровня знаний абитуриента по направлению подготовки.

Тестирование проводится в письменной форме. Перед началом экзамена члены вступительной комиссии выдают абитуриентам, присутствующим на экзамене и имеющим экзаменационный лист и документ, удостоверяющий личность, по одному тестовому заданию и бланку ответов. На бланке ответов указывается фамилия, имя, отчество абитуриента, номер варианта тестового задания. В случае отсутствия указанных сведений на бланке ответов результаты тестирования комиссией не засчитываются. Замена абитуриентом полученного варианта тестового задания не допускается.

Тестовое задание содержит 25 вопросов открытых и закрытых вопросов, для каждого закрытого вопроса предложено 3-5 вариантов ответа. На каждый из вопросов тестового задания может быть только один правильный ответ. Минимальное количество баллов, подтверждающих успешное прохождение вступительных испытаний в магистратуру для зачисления на направление «Торговое дело»- 20 баллов.

2. ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ЭКЗАМЕНУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»

Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности

Понятие коммерческой деятельности. Концепция коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности.

История развития в России и за рубежом.

Тема 2. Инфраструктура коммерческой деятельности

Работа с банками. Биржевая торговля. Ярмарочно-выставочная торговля. Оптовые рынки. Организация коммерческих операций на аукционах, тендерах. Торговые дома, их функции.

Тема 3. Коммерческие договорные обязательства

Аренда. Организационно-экономические особенности лизинга. Коммерческая концессия (франчайзинг). Комиссия, факторинг.

Тема 4. Коммерческая деятельность производственных предприятий

Содержание, функции и организация снабжения предприятия. Планирование обеспечения предприятия материальными ресурсами.

Содержание, функции и организация сбытовой работы на предприятии, Планирование сбыта продукции. Сервисное обслуживание Каналы распределения товаров и организация товародвижения.

Тема 5. Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.

Сущность и содержание закупочной работы оптового предприятия. Организация коммерческих связей и выбор поставщика. Общие положения договора поставки и купли-продажи. Порядок формирования и регулирования ассортимента товаров на оптовых торговых предприятиях. Содержание коммерческой работы по оптовой продаже. Метод оптовой продажи. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями.

Тема 6. Организация коммерческой деятельности в розничной торговле.

Содержание и особенности коммерческой работы на розничном рынке. Договор розничной купли-продажи. Порядок формирования и регулирования ассортимента на предприятиях розничной торговли. Управление товарными запасами. Содержание

коммерческой работы по розничной продаже товаров. Методы розничной продажи товаров. Организация оказания торговых услуг покупателям.

Тема 7. Реклама в коммерческой деятельности.

Понятие торговой рекламы и ее задачи. Особенности рекламы в коммерческой деятельности оптовых и розничных предприятий. Определение коммерческой эффективности рекламной деятельности. Роль, функции и задачи публичных отношений в управлении коммерческой деятельностью.

Тема 8. Основы маркетинга

Сущность и понятие маркетинга. Цели, принципы и функции маркетинга. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок. Комплекс маркетинга (маркетинг - микс, 4 «р»). Концепции маркетинговой деятельности. Маркетинговая среда предприятия. Сущность и виды маркетинговых исследований. Сегментирование рынка и позиционирование товара. Факторы, влияющие на выбор потребителя. Процесс принятия решения о покупке. Процесс принятия решения о закупках. Защита прав потребителей. Понятие товара в условиях рынка. Сущность марочного товара.

Тема 9. Государственное и международное регулирование коммерческой деятельности

Направления государственного регулирования коммерческой деятельности. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности. Тарифные и нетарифные методы регулирования. Стимулирование торговли.

Тема 10. Эффективность коммерческой деятельности предприятия.

Модель оценки коммерческой деятельности предприятия. Технология определения затрат и результативности коммерческой деятельности предприятия. Учет коммерческих рисков. Система экономических показателей эффективности коммерческой деятельности предприятия.

Контрольные вопросы и задания:

Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности

1. Какие принципы КД представляются для вас наиболее значимыми?
2. Что является причиной подразделения КД на закупочную и сбытовую?
3. Дайте характеристику коммерческой деятельности на предприятии, на котором вы трудитесь, проходили практику, раскройте принципы, цели и задачи коммерческой деятельности.
4. Раскройте содержание коммерческой деятельности торгового предприятия в зависимости от характера выполняемых функций.
5. Укажите факторы внешней среды, влияющие на развитие коммерческой деятельности торгового предприятия.
6. От каких факторов внутренней среды торгового предприятия зависит уровень его коммерческой деятельности?
7. Назовите принципы построения коммерческой деятельности торгового предприятия в условиях рынка.
8. Перечислите основные составляющие формирования стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия.
9. Обоснуйте с коммерческих позиций, какие организационно-правовые формы предпочтительны для мелких, малых, средних, крупных торговых предприятий,
10. Почему предпринимателю-коммерсанту необходимо знать организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий?
11. Рассмотрите основные организационно-экономические аспекты развития торговых предприятий в условиях рынка.

12. Какое значение имеют отношения собственности в условиях рыночной экономики?
13. Назовите виды хозяйственных объединений предприятий, различающихся организационной структурой.
14. Какие типы хозяйственных объединений предприятий функционируют в экономике России?
15. Укажите основные цели создания финансово-промышленных групп в России, охарактеризуйте особенности их создания.
16. Какие типы холдингов существуют в России?

Тема 2. Инфраструктура коммерческой деятельности

1. Назовите основные функции российских товарных бирж по организации оптовой торговли биржевыми товарами.
2. Сущность, роль и развитие биржевой торговли, 3. Порядок создания товарной биржи и ее структура.
4. Виды биржевых сделок.
5. Организация торговых операций на бирже.
6. История возникновения и развития ярмарочной торговли.
7. Каковы цели организации ярмарок и выставок в современных условиях?
8. Изложите сущность аукционной торговли товарами.
9. Что понимается под торгами в аукционной торговле?
10. Виды торгов.
11. Организация проведения конкурсов (тендеров).
 12. Приведите отличительные признаки биржевой торговли. Дайте оценку перспективе развития биржевого дела в России.
13. Раскройте механизм организации и основные преимущества ярмарочно-выставочной торговли.
14. В чем специфика публичных торгов в форме аукциона?
15. Опишите роль торговых домов в развитии отечественной коммерческой деятельности. Охарактеризуйте их структурное построение, классификационные признаки, цели, задачи и функции.
16. Сущность, организация и виды расчетов в коммерческой деятельности.

Тема 3. Коммерческие договорные обязательства

1. Раскройте содержание лизинга как эффективной формы аренды и сбыта готовой продукции.
2. Какова специфика взаимодействия основных участников лизингового договора?
3. Дайте классификационные признаки лизинговой деятельности с использованием конкретных примеров реализации лизинга.
4. Раскройте основные этапы лизинговой бизнес-операции на конкретном примере лизингового взаимодействия на российском рынке лизинговых услуг.
5. Перечислите основные формы лизинга с выделением существенных различий финансового и оперативного лизинга.
6. Какие основные фирмы, компании и ассоциации функционируют на российском рынке? Покажите роль и значение работы российской ассоциации лизинговых компаний, функционирующей с 1994 года.
7. Раскройте механизм лизинговой сделки с иллюстрацией лизингового взаимодействия основных участников арендного договора.

8. Какие основные формы расчета лизинговых платежей вы знаете? Приведите конкретные примеры и расчеты.
9. Сущность франчайзинга и его роль в развитии малого предпринимательства.
10. Виды франчайзинга.
11. Экономические основы франчайзинга.
12. Правовое регулирование франчайзинга в России.
13. За счет чего фирма при использовании франчайзинга может быстро увеличить товарооборот, завоевать прочное положение на рынке?
14. Перечислите преимущества франшизы, а также отметьте возможные недостатки.

Тема 4. Коммерческая деятельность производственных предприятий

1. Какие типы промышленных предприятий существуют в мировой практике?
2. Дайте характеристику организационно-правовых форм промышленных предприятий.
3. Что такое промышленная фирма?
4. Дайте определение коммерческой деятельности на промышленных предприятиях.
5. Назовите основные функции отделов, входящих в коммерческую службу промышленного предприятия.
6. Раскройте сущность планирования материально-технического обеспечения предприятия.
7. Изложите последовательно содержание изучения рынка сырья и материалов.
8. В чем заключается стратегия снабжения промышленного предприятия?
9. Укажите существующие методы определения потребности в материальных ресурсах.
10. От каких факторов зависит предложение материальных ресурсов на рынке?
11. Какие существуют виды цен на материальные ресурсы, в зависимости от форм купли продажи и сфер экономики?
12. Раскройте содержание коммерческой деятельности по сбыту продукции на предприятии,
13. Какие существуют методы прогнозирования объема сбыта продукции?
14. Какие каналы сбыта чаще всего используют предприятия?
15. Назовите основные критерии выбора наиболее эффективных каналов сбыта продукции.
16. Дайте общую оценку состояния коммерческой деятельности на промышленных предприятиях России в настоящее время.
17. Какие новые маркетинговые стратегии применяют промышленные предприятия России в своей коммерческой деятельности?

Тема 5. Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.

1. Укажите роль и задачи оптовой торговли в современных условиях.
2. Раскройте цели и коммерческие функции оптового торгового предприятия.
3. В чем заключаются различия горизонтальных и вертикальных форм кооперации в оптовой торговле?
4. Назовите отличительные признаки транзитной и складской формы товародвижения.
5. Укажите основные этапы закупочной коммерческой деятельности оптового предприятия.
6. Раскройте содержание сбытовой коммерческой деятельности оптового предприятия.

7. Проанализируйте сущность и составные элементы товарной политики оптового предприятия.
8. В чем заключается роль маркетинга в организации коммерческой деятельности оптового предприятия?
9. Опишите стратегию и тактику маркетинга оптового торгового предприятия на рынке закупок и сбыта товаров.
10. Перечислите факторы, оказывающие влияние на планирование объема и структуры реализации товаров.
11. Какие методы оптовой продажи со склада осуществляются в оптовых торговых предприятиях?
12. Какие функции работников отдела продаж вы знаете?
13. Дайте определение коммерческих связей между поставщиками и потребителями.
14. Какими критериями следует руководствоваться при выборе нового поставщика?
15. Назовите основные условия поставки материальных ресурсов.
16. Укажите обязанности поставщика и потребителя материальных ресурсов.
17. Какие виды цен на материальные ресурсы могут быть предусмотрены в договорах поставки?
18. Сформулируйте определение системы франкирования цен и назовите варианты включения транспортных расходов в цену предприятия.
19. Раскройте содержание приемки продукции по количеству и качеству получателем от органов транспорта.
20. Раскройте содержание основных коммерческих условий договоров купли-продажи и поставки товаров.
21. Рассмотрите ведение переговоров о предстоящей торговой сделке, порядок заключения и расторжения договоров, документальное оформление исполнения договоров купли-продажи.
22. Поясните особенности организации прямых закупок торговыми предприятиями у товаропроизводителей.
23. На конкретном примере обоснуйте основные направления коммерческо-посреднической деятельности. Выделите комплекс услуг, оказываемых посредниками при обслуживании клиентов..

Тема 6. Организация коммерческой деятельности в розничной торговле.

1. Какова роль розничной торговли в сфере обращения?
2. Назовите особенности торговой деятельности розничных рынков.
3. Рассмотрите функции розничной торговли в современных условиях.
4. Какие существуют разновидности реализации продукции в зависимости от ее предназначения?
5. Назовите цели коммерческой работы розничного торгового предприятия.
6. Раскройте задачи и содержание коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
7. Каково значение товарного ассортимента для обеспечения стабильности розничной торговли и конкурентоспособности торгового предприятия?
8. Дайте определение понятия «сбалансированность ассортимента» и укажите характер его зависимости от изменений спроса на товары.
9. Рассмотрите содержание элементов формирования товарного ассортимента торгового предприятия.
10. Перечислите основные функции управления товарной номенклатурой в торговом предприятии.

11. Назовите номенклатуру товаров повседневного спроса, складывающуюся на современном этапе; дайте оценку платежеспособности покупателей и товарного ассортимента.
12. Укажите основные и вспомогательные операции торгово-технологического процесса розничного торгового предприятия.
13. Какие элементы, определяющие уровень торгового обслуживания покупателей, вы знаете?
14. Каковы функции и операции продавцов по стимулированию покупки товаров в розничном торговом предприятии?
15. Какие действия должен осуществлять продавец розничного торгового предприятия в зависимости от поведения покупателей?
16. В чем заключается сущность товарообеспечения (товароснабжения) предприятий розничной торговли?
17. Укажите организационные аспекты товарообеспечения торговых предприятий.
18. Какова организация централизованной и децентрализованной доставок потребительских товаров автомобильным транспортом в торговое предприятие?
19. Раскройте содержание основных этапов модели закупки и доведения продукции до потребителей в розничном торговом предприятии.
20. Назовите источники поступления потребительских товаров в розничную торговую сеть.
21. В чем заключается управление и формирование товарных запасов в торговом предприятии?
22. Какие бывают виды товарных запасов в зависимости от целевой предназначенности?
23. Дайте оценку уровня, размера и оборачиваемости товарных запасов в торговом предприятии.
24. Особенности коммерческой работы на рынке услуг.

Тема 7. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров.

1. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров.
2. Социально-психологические основы рекламы.
3. Виды рекламных средств и условия их применения.
4. Организация рекламы в магазине.
5. Организация рекламы в оптовом предприятии.
6. Реклама в промышленности.
7. Новые направления развития рекламной деятельности за рубежом.
8. Развитие и организация работы рекламно-информационных агентств.
9. Эффективность рекламной деятельности.
10. Рассмотрите роль и эффективность рекламы в информировании реализуемых товаров в торговле на конкретном примере.
11. Приведите оценочные механизмы по определению прогноза относительно величины объема реализации продукта и эффекта от рекламной деятельности оптово-посреднических фирм и компаний.
12. Приведите основные задачи и функции службы ПР. Какие из них являются первоочередными в фирме, в которой вы трудитесь, проходили практику?
13. Объясните органическую взаимосвязь и взаимообусловленность функционирования товаропроизводителя на рынке, проведение рекламной работы и необходимости своевременной реализации связей с общественностью.

14. Для поддержания лидирующих позиций, конкурентоспособности фирмы службы ПР проводя созидательную работу по «наведению мостов» с различными кругами деловой общественности. На конкретном примере покажите главное содержание этой работы и рычаги реализации рыночных коммуникаций.

Тема 8. Основы маркетинга

1. Раскройте сущность и понятие маркетинга.
2. Определите цели, принципы и функции маркетинга.
3. Сформулируйте основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок.
4. В чем состоит содержание комплекса маркетинга (маркетинг - микс, 4 «р»)
5. Сформулируйте концепции маркетинговой деятельности.
6. Дайте определение понятию маркетинговая среда предприятия.
7. Раскройте сущность и виды маркетинговых исследований.
8. В чем состоит суть понятия сегментирование рынка и позиционирование товара.
9. Перечислите факторы, влияющие на выбор потребителя.
10. Опишите процесс принятия решения о покупке.
11. Дайте понятие товара в условиях рынка.
12. В чем состоит сущность марочного товара.

Тема 9. Государственное и международное регулирование коммерческой деятельности

1. В чем состоит необходимость государственного регулирования рыночной экономики?
2. Перечислите элементы системы государственного регулирования на макро- и микроуровнях.
3. Раскройте содержание методов прямого и косвенного госрегулирования экономики.
4. Административно-правовое регулирование деятельности коммерческих предприятий.
5. Экономическое регулирование деятельности коммерческих предприятий.
6. Государственный протекционизм в сфере коммерческой деятельности.
7. Антимонопольная политика государства и ее влияние на коммерческую деятельность предприятий.
8. Государственная поддержка малого бизнеса в коммерции.
9. Укажите, в каких случаях использование государством механизма фиксированных цен способствует коммерческому успеху.
10. Изложите меры государственного регулирования и поддержки малого предпринимательства в торговле экономически развитых зарубежных стран.

Тема 10. Эффективность коммерческой деятельности предприятия

1. Дайте определение понятия эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия.
2. Из каких элементов складывается технология определения затрат и оценки результативности коммерческой деятельности торгового предприятия?
3. Какова роль удельных и относительных экономических показателей в оценке коммерческой деятельности?

4. Назовите факторы коммерческой деятельности, оказывающие влияние на товарооборот и объем реализации товаров.
5. Какие расходы по осуществлению коммерческих процессов и операций занимают наибольшую долю в структуре издержек обращения?
6. Динамика каких показателей влияет на формирование объема валового дохода торгового предприятия?
7. Какие основные экономические показатели характеризуют эффективность складского хозяйства товарного предприятия?
8. Объясните, почему прибыль торгового предприятия является суммарно-результативным показателем, и перечислите его исходные составляющие.
9. С какой целью в торговом предприятии устанавливают товарооборот, объем продажи товаров, валовой доход и издержки обращения из расчета на одного работающего?

3. ПРИМЕРНЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

- 1. Поставьте соответствие между выгодами, которые получает лицензиар и лицензиат от купли-продажи патентной лицензии**
 1. выгоды лицензиара;
 2. выгоды лицензии.
 - A. Окупает расходы на НИОКР;
 - B. Производит в короткий срок новые изделия;
 - C. Получает дополнительные прибыли от продажи патентной лицензии;
 - D. Получает прибыль от продажи изделий в 3-4 раза больше, чем затраты на покупку патентной лицензии.
- 2. Форма кредитования торговых операций, которая заключается в приобретении банком у клиентов требований на взыскание долгов, частичной оплате таких требований и по следующем получении долга у должника**
 1. Кредит на восполнение суммы оборотных средств;
 2. Факторинг;
 3. Среднесрочный кредит на временные нужды;
 4. Долгосрочный кредит.
- 3. Поставьте соответствие между каналами распределения товаров на отраслевом рынке:**
 1. Одноуровневые;
 2. Двухуровневые;
 3. Грехуровневые.
 - A. Оптовое и розничное звено;
 - B. Розничное звено;
 - C. крупный оптовик, мелкий оптовик, розничное звено.
- 4. Поставьте соответствие между групповым и внутригрупповым ассортиментом товаров:**
 1. Групповой ассортимент товаров;
 2. Внутригрупповой ассортимент товаров;

- A. Ассортимент товаров объединенных по общим признакам в определенные совокупности товаров;
- B. Ассортимент товаров, представленный разновидностями товаров.

5. Поставьте соответствие между ассортиментом и ассортиментным перечнем товаров и их содержанием:

- 1. Ассортимент товаров;
- 2. Ассортиментный перечень товаров

- A. Часть торгового ассортимента товаров, который должен быть постоянно в продаже;
- B. Набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков.

6. Поставьте соответствие между отличительными чертами услуг и их характеристиками

- 1. Неосвязаемость;
- 2. Неотделимость;
- 3. Непостоянство;
- 4. Несохранимость.

- A. Услуги от ее производителя (продавца) и потребителя;
- B. Нематериальный характер;
- C. Предоставление однотипных услуг разного уровня качества ;
- D. Невозможность оказать услугу впрок.

7. Основные признаки картелей:

- 1. Договорной характер объединения, состоящего из компаний одной отрасли ;
- 2. Сохранение права собственности участников картеля на свои предприятия;
- 3. Совместная деятельность по реализации (сбыту) продукции;
- 4. Определение ассортимента;
- 5. Согласование политики цен;
- 6. Установка квот на куплю-продажу товаров.

8. Поставьте соответствие между принципами товародвижения и их сущностью:

- 1. Плановость;
- 2. Ритмичность;
- 3. Оперативность;
- 4. Экономичность.

- A. Доставка товаров через установленные промежутки времени;
- B. Минимальные издержки по организации товародвижения;
- C. Поставка товаров в зависимость от колебаний спроса;
- D. Соблюдение графика поставок- товаров.

9. Поставьте соответствие между формами безналичных расчетов за поставленную продукцию в торговое предприятие:

- 1. Расчеты платежными поручениями;

2. Расчеты по аккредитиву на весь срок действия обязательств.

А. Только при наличии денег на счете плательщика в банке;

В. Перечисление средств плательщика банком — эмитентом в распоряжение банка поставщика.

10. Поставьте соответствие между участниками лизинговой сделки по аренде оборудования и их действиями по договору

1. Лизингодатель (лизинговая компания);

2. Лизингополучатель (потребитель);

3. Поставщик.

А. Использует оборудование в течение договора финансовой аренды и платит за это собственнику оборудования;

В. Покупает оборудование, становится его собственником и отдает его другой организации, которая использует это оборудование;

С. Изготовитель оборудования, который обычно выбирается арендатором, но может быть выбран и арендодателем.

11. Поставьте соответствие между функциями дистрибьюторов «с полным набором услуг» и «с не полным набором услуг»

1. Дистрибьюторы «с полным набором услуг»;

2. Дистрибьюторы «с неполным набором услуг».

А. Закупки и продажа партий товаров;

В. Закупка, складирование, хранение и продажа партий товаров.

12. Поставьте соответствие между оптовыми посредниками зависимыми и независимыми от товаропроизводителей

1. Оптовые посредники, зависимые от товаропроизводителей;

2. Оптовые посредники, независимые от товаропроизводителей.

А. Отделы сбыта;

В. Торговые дома;

С. Представительства;

Д. Филиалы;

Е. Оптовые предприятия.

13. Условие, которое является основным признаком операций консигнации - это

А. Оплата всех расходов на содержание помещения консигнационного склада консигнантом;

В. Поставка товаров на консигнационный склад к оговоренному сроку;

С. Поддержание товарных запасов на консигнационном складе на определенном согласованном уровне.

14. Цели организации ассоциаций и союзов в отраслях материального производства и социально-культурной сфере — это ...

1. Координация предпринимательской деятельности;

2. Представление интересов предпринимателей в государственных органах;
3. Торговля;
4. Сбыт;
5. Производство;
6. Закупочная деятельность.

15. Основные групповые организационные формы компаний — это

1. Финансово-промышленная группа;
2. Холдинг-компания;
3. Концерн;
4. Частное предприятие;
5. Общество с ограниченной ответственностью;
6. Акционерное общество.

16. Торговый дом, это ...

1. 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;
2. Многопрофильное торговое предприятие, интегрированное в производственную, финансовую и внешнеэкономическую сферы;
3. Совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг, а также централизующих функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности.

17. Поставьте соответствие между потребительскими товарами разного покупательского спроса и предпочтениями покупателей в процессе их выбора и покупки

1. Товары повседневного спроса;
 2. Товары предварительного выбора;
 3. Товары особого спроса;
 4. Товары пассивного спроса.
- A. Сравниваются потребительские свойства;
B. С торговыми марками или с уникальными свойствами;
C. Случайного потребления;
D. Потребляются часто.

18. Поставьте соответствие между этапами жизненного цикла товара и уровнем покупательского спроса на него

1. Этап выведения товара на рынок;
 2. Этап роста;
 3. Этап зрелости
 4. Этап упадка
- A. Быстрый рост уровня спроса;
B. Устойчивый спрос;
C. Значительное снижение спроса;

D. Медленный рост уровня спроса

19. Поставьте соответствие между значимостью видов обслуживания для потребителей, которые осуществляют службы сервиса промышленных компаний

1. Предпродажное обслуживание;
 2. Послепродажное обслуживание
-
- A. Способствует продвижению товара;
 - B. Увеличивает ценность товара;
 - C. Обеспечивает техническое обслуживание;
 - D. Обеспечивает ремонт.

20. Предприятие розничной торговли:

1. Торговое предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров с целью их последующей перепродажи;
2. Торговое предприятие, оказывающее услуги по организации оптового оборота товаров;
3. Торговое предприятие, осуществляющее куплю-продажу товаров, выполнение работ и услуг покупателям для их личного, семейного и домашнего использования.

21. Горизонтальная форма кооперации в торговле

1. Предприятия розничной торговли;
2. Мелкооптовые предприятия;
3. Оптовая и розничная торговля;
4. Товаропроизводитель и розничная торговля.

22. Вертикальная форма кооперации в торговле

1. Мелкооптовые предприятия;
2. Оптовая и розничная торговля;
3. Товаропроизводитель и розничная торговля.

23. Внемагазинные формы продажи в розничной торговле представляют собой

1. Мелкорозничную стационарную торговую сеть (павильонный, киоски);
2. Мелкорозничную передвижную сеть;
3. Телемагазины и компьютерные сети (интернет, электронный магазин);
4. Торговый комплекс;
5. Торговый центр;
6. Торговое объединение.

24. Поставьте соответствие между видами биржевых сделок на реальный товар и фьючерсными сделками:

1. Биржевые сделки на реальный товар;
 2. Фьючерсные биржевые сделки.
-
- A. Сделки на наличный товар с немедленной поставкой (1-15 дней);
 - B. Купля-продажа права на товар

25. Поставьте соответствие между названиями бирж и видами объектов биржевой торговли

1. Товарные биржи;
2. Фондовые биржи;
3. Валютные биржи;
4. Фьючерсные биржи.

- A. Ценные бумаги;
- B. Иностранная валюта;
- C. Контракты на срочную поставку валюты, ценных бумаг, товаров;
- D. Сырье и стандартизированные материально-вещественные товары.

26. Поставьте соответствие между функциями биржевых брокеров и маклеров в процессе торгов

1. Функции биржевых брокеров;
2. Функции биржевых маклеров.

- A. Участие в торгах и заключение сделки;
- B. Ведут и фиксируют сделки.

27. Поставьте соответствие между признаками классификации услуг в зависимости от материализации

1. Услуги, связанные с изменением потребительских свойств товаров;
2. Услуги, связанные с продвижением товаров от продавца к покупателю;
3. Услуги, обеспечивающие деятельность кредитно-финансовой системы;
4. Услуги интеллектуального характера;
5. Услуги по защите от неблагоприятных воздействий условий жизни.

- A. Транспортные, посреднические;
- B. Банковские, валютные, биржевые по реализации ценных бумаг;
- C. Пошив и ремонт одежды, ремонтные работы;
- D. Образовательные, библиотечные;
- E. Страховые, медицинские.

28. Непродовольственные товары надлежащего качества не подлежат возврату или обмену на аналогичный товар другого размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации в случае продажи

1. Изделий швейных и трикотажных бельевых;
2. Технически сложных товаров бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки;
3. Мебельных гарнитуров и комплектов;
4. Обуви;
5. Бытовых товаров, на которые не установлены гарантийные сроки;
6. Одежды верхней.

29. Задачи государственного регулирования внутренней торговли на федеральном уровне управления

1. Финансовое регулирование;
2. Таможенное регулирование;

3. Конкретизация общефедеральных правил и норм;
4. Контроль за соблюдением прав потребителей

30. Поставьте соответствие между понятиями биржевой и аукционной торговли, торгов и ярмарок и их сущностью

1. Биржевая торговля;
 2. Аукционы;
 3. Торги;
 4. Ярмарки.
-
- A. Продажа товаров с индивидуальными свойствами;
 - B. Способ закупки товаров, размещения заказов и выдачи подрядов;
 - C. Свободные торги с целью продажи и заключения сделок купли-продажи однородных сырьевых и продовольственных товаров;
 - D. Периодически действующий рынок с целью заключение сделок по выставленным образцам

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 28.12.2009 №384 – ФЗ (ред. от 23.12.2010) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (принят ГД ФС РФ 18.12.2009) // СПС «Консультант Плюс».
2. Закон РФ от 20.02.1992 № 2383-1 (ред. от 25. 1.2009) «О товарных биржах и биржевой торговле» // СПС «Консультант Плюс».
3. ГОСТ РФ Торговля. Термины и определения. (11.08.1999) // СПС «Консультант Плюс».
4. Егоров В.Е. Организация торговли: учеб. для вузов. — СПб.: Питер, 2006 — 352 с.
5. Коммерческая деятельность : учеб. для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по спец. «Коммерция», «Маркетинг», «Товароведение и экспертиза товаров», «Юриспруденция», со специализац. «Коммерческое право» и по напр. «Коммерция» Ф. П. Половцева. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 248с.
6. Коммерция и технология торговли : учеб. для вузов / Л, П. Дашков, В. К. Памбухчянц. - 8-е изд., перераб. и доп. - М, : Дашков и К, 2010. — 700с.
7. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль / Ф.Котлер — С.-П.: Питер. 2011. 887с.
8. Котлер. Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2013. - 488 с
9. Крутик АБ. Основы предпринимательской деятельности: учеб. пособие для вузов. — М.: Академия, 2012 — 320 с,
10. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учеб.- М.: Дашков и К, 2010. -504 с.
11. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность: учебник для студентов вузов / Ф. П. Половцева. - М. : ИНФРА-М, 20 п. - 248 с.
12. Синецкий Б И. Основы коммерческой деятельности: Учебник.-М.: Юрист, 2010. –659 с.
13. Синяева И. М. Маркетинг: учебное пособие для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / [И. М. Синяева и др.]. - Москва: Вузовский учебник: Инфра-М, 2014. - 383 с.
14. Толкачев А. Н. Реклама и рекламная деятельность в России: закон и практика. — М.: эксмо, 2010. - 366с.
15. Токарев Б. Е. Марксмнговые исследования. - М.: ЭКОНОМИСТЪ, 2012, - 620 с.
16. Экономика торгового предприятия. Торговое дело: учеб. для вузов / [ред. М. А. Кутепова]. - М. : ИНФРА-М, 2010. – 314 с.
17. Экономика торгового предприятия. Торговое дело: учеб. для вузов / Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова; [под ред. Л. А. Брагина]. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 314с.