

## Экзаменационное задание по дисциплине Организация коммерческой деятельности

Итоговый контроль по дисциплине «Организация коммерческой деятельности» осуществляется по одному из трех вариантов. Выбор варианта определяется с помощью таблицы 1.

Таблица 1 - Распределение вариантов экзаменационных заданий

Начальная буква фамилии студента	Последняя цифра номера зачетной книжки									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
А, Б, В, Ф, Х, Г, Д, Е, Ц, Ч	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1
Ж, З, И, К, У, Л, М, Ю, Я	2	3	1	2	1	2	2	3	1	2
Н, О, П, Ш, Щ, Р, С, Т, Э	3	1	2	3	3	1	3	1	2	3

### Вариант 1

1. Свойства коммерческой деятельности как системы:
  - а) взаимодействие и целостность, связи, организация;
  - б) связи;
  - в) организация;
  - г) целостность.
2. Характеристики коммерческой деятельности как системы:
  - а) вход, процесс, выход;
  - б) процесс;
  - в) выход;
  - г) вход.
3. Взаимодействие коммерции с экономикой:
  - а) анализ, планирование, оценка;
  - б) планирование;
  - в) оценка;
  - г) анализ.
4. Взаимодействие коммерции с маркетингом:
  - а) получение прибыли;
  - б) управление потребителями;
  - в) удовлетворение потребительских запросов покупателей.
5. Взаимодействие коммерции с менеджментом:
  - а) создание конкуренции для производителей;
  - б) удовлетворение нужд и запросов потребителей;
  - в) раскрытие потенциальных возможностей торгового предприятия.
6. Взаимодействие коммерции с товароведением:
  - а) качество, ассортимент, кодирование товара, классификация, информационное обеспечение;
  - б) классификация;
  - в) информационное обеспечение;
  - г) качество товара.
7. Какой из перечисленных институтов не относится к инфраструктуре рынка:
  - а) фондовая биржа;
  - б) аукцион;
  - в) страховая компания;
  - г) МВФ.
8. Транзитная форма оптовой продажи товаров осуществляется:
  - а) от поставщика – изготовителя;
  - б) поставщиком без завоза товаров на свои склады;
  - в) непосредственно в магазины;

- г) транспортными предприятиями с использованием собственных складов.
9. Изменение или дополнение условий заключенного договора:
- а) не допускается по одностороннему заявлению сторон;
  - б) допускается по одностороннему заявлению сторон;
  - в) допускается по соглашению сторон;
  - г) допускается с разрешения Арбитражного суда.
10. По телефонным, телеграфным и письменным заявкам осуществляется оптовая продажа товаров:
- а) сложного ассортимента;
  - б) хорошо известного сложного ассортимента;
  - в) товаров-новинок;
  - г) простого ассортимента.
11. Изменение или дополнение условий заключенного договора:
- а) не допускается по одностороннему заявлению сторон;
  - б) допускается по одностороннему заявлению сторон;
  - в) допускается по соглашению сторон;
  - г) допускается с разрешения Арбитражного суда.
12. Технические регламенты имеют статус:
- а) международного соглашения;
  - б) федерального закона;
  - в) постановления Госстандарта РФ;
  - г) распоряжения местных органов власти.
13. Использование современных технологических решений на этапах продвижения товаров характеризует принцип товароснабжения:
- а) обеспеченность;
  - б) экономичность;
  - в) планомерность;
  - г) оперативность.
14. Комиссионный магазин – это:
- а) предприятие розничной торговли, реализующее непродовольственные товары частного спроса;
  - б) предприятие розничной торговли, осуществляющее продажу товаров, принятых от организации или отдельных лиц под реализацию;
  - в) предприятие розничной торговли, реализующее товарные комплексы, предметы туалета для мужчин и женщин;
  - г) предприятие розничной торговли, реализующее товары сезонного ассортимента.
15. Магазины с комбинированным ассортиментом товаров в основном реализуют:
- а) несколько групп товаров, связанных общностью спроса и удовлетворяющих отдельные потребности;
  - б) товары одной товарной группы;
  - в) перечень товаров из списка Минэкономразвития РФ;
  - г) отдельные виды продовольственных и непродовольственных товаров.
16. При отсутствии в договоре условий о качестве товара продавец (исполнитель) обязан:
- а) выставить товар на продажу только после предъявления соответствующего документа;
  - б) передать потребителю товар, соответствующий обычно предъявляемым требованиям;
  - в) согласовать стандарты качества партии товара с производителем;
  - г) изъять товар из оборота.

***Практическое задание.***

ООО «Кондитер» реализует кондитерские изделия фабрик «Конфил», «Славянка», «Россия». Составьте от имени ООО коммерческое предложение на поставку кондитерских изделий магазину «Хопер».

## **Вариант 2**

1. Под «коммерцией» понимают:

- 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 при осуществлении купли-продажи товаров;
- г) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

2. Как классифицируются коммерческие операции по их роли в процессе товародвижения:

- а) операции, развивающие процесс товародвижения; операции, устанавливающие процесс товародвижения;
- б) операции, формирующие процесс товародвижения; операции по рекламированию деятельности в процессе товародвижения;
- в) операции, предшествующие процессу товародвижения; операции, регулирующие процесс товародвижения; операции, обобщающие процесс товародвижения; операции, формирующие спрос;
- г) операции, обеспечивающие процесс товародвижения; операции, формирующие спрос; операции, завершающие процесс товародвижения?

3. Какие требования предъявляются к коммерческой информации?

- а) достоверность, правдивость, объемность, логичность, своевременность;
- б) достоверность, надежность, оперативность, системность, комплексность;
- в) надежность, оперативность, специализация, обобщенность, логичность;
- г) достоверность, надежность, конкретность, своевременность, правдивость.

4. Состав субъектов договоров поставки:

- а) организации;
- б) индивидуальные предприниматели;
- в) юридические лица и индивидуальные предприниматели;
- г) физические лица.

5. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе формирования коммерческих связей:

- а) поставка товаров, устранение разногласий по договорам
- б) оформление коммерческих связей, проведение претензионной работы;
- в) учет и контроль выполнения договоров, заключение договоров;
- г) изучение рынка товаров, определение источников закупки, определение оптимальных каналов сбыта, оценка собственной конкурентоспособности, выбор формы коммерческих связей.

6. Спецификация к договору поставки товаров составляется:

- а) во всех случаях;
- б) для установления качества поставляемых товаров;
- в) при поставках товаров сложного ассортимента;
- г) при поставках товаров простого ассортимента.

7. Существенные условия договора поставки:

- а) предмет договора; объем, сроки и периоды поставки; ассортимент и качество товаров; цена;
- б) предмет договора; почтовые реквизиты сторон; способ доставки товаров; вид транспорта;
- в) предмет договора, организационно-правовая форма сторон; виды деятельности сторон; права и обязанности сторон;

г) сведения об учредительных документах сторон; виды деятельности сторон; способ доставки товаров; имущественная ответственность сторон; юридические адреса сторон.

8. Отгрузочная разнарядка представляет собой:

- а) документ, оформляемый при заключении договора поставки, его неотъемлемая часть;
- б) документ, оформляемый поставщиком при отгрузке товаров покупателю;
- в) документ, оформляемый в случае, если покупатель дает поставщику распоряжение отгрузить товары конкретным получателям;

г) документ, оформляемый получателем при отборке товаров на складе поставщика.

9. Какой документ оформляется в случае изменения и расторжения договора поставки?

- а) спецификация;
- б) дополнительное соглашение;
- в) протокол разногласий;
- г) протокол согласования цен.

10. Ассортимент товаров представляет собой:

- а) набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков, предназначенный для продажи населению;
- б) совокупность товаров, представленных на рынок предприятием-изготовителем;
- в) совокупность товаров, предназначенных для реализации;
- г) совокупность товаров, находящихся на рынке.

11. Что такое «устойчивость» ассортимента товаров?

- а) соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;
- б) бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- в) количество товарных единиц в товарной группе;
- г) количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень.

12. Какие экономические факторы оказывают влияние на торговый ассортимент:

- а) изменение численности населения, объем и структура товарного предложения;
- б) национальные обычаи, численность населения, денежные доходы населения, мода;
- в) денежные доходы населения, уровень цен на товары, объем и структура спроса, объем и структура товарного предложения;
- г) социальный состав населения, уровень культуры, мода, денежные доходы населения?

13. Какие социальные факторы оказывают влияние на ассортимент товаров?

- а) национальные обычаи, традиции, численность населения;
- б) национальная принадлежность, денежные доходы;
- в) изменение численности населения, миграционные процессы, объем и структура товарного предложения;
- г) социальный слой общества, социальная и профессиональная структура в обществе, уровень культуры, мода.

14. Какие товары должны включаться в ассортимент товаров торгового предприятия в первую очередь?

- а) товары, находящиеся на этапе внедрения;
- б) товары, находящиеся на этапе роста и зрелости жизненного цикла;
- в) товары, находящиеся на этапе спада жизненного цикла;
- г) товары, находящиеся в стадии разработки.

15. Высшим органом управления в обществе с ограниченной ответственностью является:

- а) собрание полных товарищей;
- б) собрание участников;
- в) собрание пайщиков;
- г) собрание акционеров.

16. Юридическое лицо:

- а) отвечает по своим обязательствам своим имуществом;

- б) может не иметь фирменного наименования;
- в) имеет право предъявлять иски и выступать в суде в качестве ответчика;
- г) ограничено в выборе контрагентов.

***Практическое задание.***

В тексте проекта договора ОАО Минского завода «АЦР» предусмотрена поставка холодильников «Атлант» фирме «Салют» ежеквартально равными партиями. Соответствует ли данный порядок Гражданскому кодексу РФ. Проанализируйте это условие с точки зрения оптового покупателя.

**Вариант 3**

1. Какие операции относятся к коммерческим?

- а) организация оптовых закупок и оптовой продажи товаров, отпуск товаров со складов оптовых предприятий;
- б) организация оптовых закупок, организация оптовой продажи и сбыта товаров, формирование товарного ассортимента, рекламно-информационная деятельность, изучение спроса и конъюнктуры рынка;
- в) организация оптовой продажи и сбыта товаров, хранение товаров;
- г) рекламно-информационная деятельность, доставка товаров в розничную сеть.

2. Конъюнктура рынка представляет собой:

- а) соотношение между спросом и товарным предложением на рынке;
- б) соотношение между спросом и объемом выпущенной продукции;
- в) соотношение между спросом и объемом товарных запасов в розничной торговле;
- г) соотношение между спросом и объемом товарных запасов в оптовой торговле.

3. К источникам коммерческой информации относятся:

- а) маркетинговые исследования по конкретным группам товаров, внутренние материалы и документы предприятия, внешние информационные источники (статистические данные, средства массовой информации, социологические обследования);
- б) технологические карты и графики технологического процесса предприятий;
- в) внутренние материалы и документы предприятия, сведения о кадровом составе сотрудников предприятия;
- г) данные статистических органов о состоянии рынка, данные социологических обследований.

4. Внутренняя информационная среда представляет собой:

- а) совокупность информационных потоков, возникающих между предприятием и рынком;
- б) совокупность информационных потоков, возникающих внутри предприятия;
- в) совокупность информации о рыночных процессах;
- г) совокупность информации, отражающей уровень конкурентоспособности предприятия на рынке.

5. Материально-техническая база представляет собой:

- а) совокупность материально-вещественных ценностей;
- б) основные производственные фонды;
- в) технологии производственных процессов;
- г) оборудование.

6. Понятие «коммерческие связи» представляет собой:

- а) систему экономических отношений между участниками рынка по поводу расчетов за поставку товаров;
- б) систему экономических, коммерческих, правовых, финансовых и иных отношений между участниками рынка по поводу поставки товарных масс;
- в) систему коммерческих отношений между участниками рынка по поводу предоставления рекламно-информационных услуг;

г) систему правовых и финансовых отношений между участниками рынка по поводу складирования товаров.

7. Какие элементы коммерческой деятельности выполняются на этапе оформления коммерческих связей?

- а) поставка товаров, проведение претензионной работы;
- б) проведение учета и контроля выполнения договора;
- в) определение возможных источников закупки, изучение рынка товаров;
- г) согласование условий по функционированию хозяйственных связей, устранение разногласий по договорам, оформление текста договора поставки.

8. Простая структура коммерческих связей предполагает:

- а) установление коммерческих связей по поставкам товаров между изготовителями и оптовыми предприятиями;
- б) установление коммерческих связей по поставкам товаров между поставщиками и посредниками;
- в) установление коммерческих связей по поставкам товаров между изготовителями и розничными предприятиями с участием посредников;
- г) установление коммерческих связей по поставкам товаров между предприятиями - изготовителями и розничными торговыми предприятиями без участия посредников.

9. Протокол разногласий представляет собой:

- а) документ, оформляемый при согласовании сторонами цен на товары, поставляемые по договору;
- б) документ, оформляемый для изменения договора;
- в) документ, оформляемый в случае разногласий сторон по содержанию договора поставки;
- г) документ, оформляемый при прекращении срока действия договора поставки.

10. Что такое «полнота» ассортимента товаров?

- а) количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень;
- б) соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню;
- в) бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем;
- г) количество товарных единиц в товарной группе.

11. Как классифицируется ассортимент товаров по сложности?

- а) товары сложного и товары группового ассортимента;
- б) товары сложного и товары внутригруппового ассортимента;
- в) товары простого и товары сложного ассортимента;
- г) товары простого и товары укрупненного ассортимента.

12. Что такое «глубина» ассортимента?

- а) бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем в течение определенного времени;
- б) количество товарных групп и подгрупп, входящих в ассортиментный перечень;
- в) количество товарных единиц в товарной группе;
- г) соответствие фактического наличия товара на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню.

13. Какие национальные факторы оказывают влияние на торговый ассортимент:

- а) численность обслуживаемого населения, половозрастной состав населения, денежные доходы населения;
- б) национальные обычаи, традиции, национальная принадлежность;
- в) социальный слой общества, социальная и профессиональная структура в обществе, продолжительность времен года;
- г) уровень цен на товары, объем и состав покупательского спроса и товарного предложения.

14. Какие методы регулирования торгового ассортимента используются на торговых предприятиях?

- а) разработка, рост, зрелость, спад;
- б) сжатие, уменьшение, развитие;
- в) расширение, замена, распродажа;
- г) расширение, углубление, ограничение, упорядочение.

15. Экономическая эффективность - это:

- а) соотношение между затратами и результатами деятельности;
- б) результат от функционирования предприятия, выражаемый такими показателями, как оборот, валовый доход;
- в) прирост показателей деятельности предприятия: оборота и его структуры, товарных запасов, валового дохода, прибыли;
- г) соотношение между затратами по вовлеченным производственным, материальным, финансовым, трудовым ресурсам и полученными результатами.

16. Какие товары относятся к товарам повседневного спроса?

- а) товары-новинки, впервые появившиеся на рынке;
  - б) товары с уникальными свойствами и повышенной ценой;
  - в) товары, приобретаемые покупателями часто, без раздумий и поисков;
- товары, приобретаемые покупателями после сравнения их характеристик, цены и потребительских свойств.

***Практическое задание.***

Фирма «Гарант» получила от фирмы «Бакалея» оферту на поставку в 2017 г. бакалейных товаров. Каковы будут действия коммерческого отдела фирмы «Опус» по ее акцепту.