

1-БЛОК: Жалпы кәсіптік пән
Экономика негіздері
Бір дұрыс жауабы бар тапсырмалар

1. Сұраныс заңы сипаттайды:

- A) тауар бағасының сұраныс көлеміне тәуелділігі
- B) сұраныс көлемінің тауар бағасына тікелей тәуелділігін
- C) сұраныс көлемінің тауар бағасына кері тәуелділігі
- D) тауар бағасының ұсыныс көлеміне тікелей тәуелділігі
- E) сұраныстың тауар ұсынысына кері тәуелділігі

2. Ұсыныс заңы бойынша:

- A) тауар бағасы ұсыныс мөлшеріне кері тәуелді
- B) тауар бағасы ұсынысқа тура-кері тәуелді
- C) ұсыныс мөлшері сұраныс мөлшеріне тура тәуелді
- D) сұраныс мөлшері ұсыныс мөлшеріне кері тәуелді
- E) ұсыныс мөлшері тауар бағасына тура тәуелді

3. Жалпылама эквивалент рөлін атқаратын ерекше тауар

- A) меншік
- B) ақша
- C) ресурс
- D) нарық
- E) кәсіпорын

4. Ақша ұғымына анықтама беріңіз

- A) пайда
- B) есеп айырысудың қарапайым құралы
- C) резервты валюта
- D) жалпылама эквивалент
- E) мемлекеттің алтын қоры

5. Орталық банктың негізгі функцияларына жататыны

- A) несие беру
- B) валюталық операциялар
- C) ақша эмиссиясы
- D) бағалы қағаздар операциясы
- E) ақшалай түсімдерге қызмет ету

6. Кәсіпкерлік субъектісін атаңыздар

- A) қызмет көрсету түрлері
- B) коммерциялық делдалдық
- C) мемлекеттік ұйымдар
- D) әртүрлі бірлестіктер
- E) кеңес беру іс-әрекеттері

7. Кәсіпкерліктің объектісі

- A) шаруашылық қызмет түрлері
- B) жеке тұлғалар
- C) заңды тұлғалар
- D) мемлекет
- E) серіктестіктер

8. Кәсіпкерлік қызметтің жүзеге асу нысаны

- A) тәуелді болу және тәуекел ету
- B) тәуекел ету және басқару
- C) тәуелді болу және басқару
- D) басқару
- E) тәуекел ету

9. Кәсіпкерлік қызметінің негізгі мақсаты

- A) қызмет көрсетудің сапасын қадағалау
- B) өзгерістерді болжау
- C) клиенттің қаржылық жағдайын талдау
- D) табыс табуға бағытталған коммерциялық жетістік
- E) банк пен банктік емес институттардың арасындағы бәсекелестікті күшейту

10. Тауар ұсынысы қисығының солға және жоғары жылжуы мына факторларға байланысты

- A) жаңа технологияларды ендіру
- B) бастапқы ресурстарға бағаның өсуі
- C) дотацияны енгізу
- D) өндірушілердің санын көбейту
- E) салықты көбейту

11. Бәсекелес фирмаға қарағанда монополияның әрекеті

- A) өнімді көп өндіріп және соған сәйкес бағаны да өсіру
- B) пайданы көбейту
- C) $MR=P$ болғандағы өнім көлемін өндіру
- D) өнімді аз өндіріп, бағаны өсіру
- E) икемсіз сұраныс қисығына сәйкес баға белгілеу

12. Егер қандай да бір салада бірнеше фирма нарықтың басым бөлігін бақыласа, онда мынандай тәртіп орнайды:

- A) жетілген бәсеке
- B) олигополия
- C) монополия
- D) монополия
- E) олигополия

13. Нарықтың негізгі элементтері

- A) сапа, сұраныс, ұсыныс
- B) сату, өткізу, сатып алу
- C) баға, сұраныс, ұсыныс
- D) сату, ұсыныс, сұраныс
- E) сұраныс, сату, сатып алу

14. Белгілі бір өнімнің бір ғана сатушысы болғандағы экономикалық жағдай

- A) сұраныс қабілетін көтеру
- B) дәстүрлі экономика
- C) таза монополия
- D) олигополия
- E) монополия

15. Нарықтық шаруашылықтың қызмет етуіне кедергі болатын шарттар

- A) тауар санының және көлемінің азаюы
- B) қоғамдық еңбек бөлінісі
- C) бағаны ырықтандыру
- D) әрбір тауардың икемділік мөлшері
- E) кәсіпкерлік субъектілердің еріктілігі

16. Нарықтық шаруашылықтың қызмет етуіне кедергі болатын шарттар

- A) бағаны ырықтандыру
- B) тауар бағасы мен сатылатын көлемі арасындағы тура қатынас
- C) өндіру мен бөлуде басқарудың қатаң жүйесі
- D) әрбір тауардың икемділік мөлшері
- E) қоғамдық еңбек бөлінісі

17. Нарықтық экономиканың принциптері

- A) тауар өндірушілерді мемлекеттік қолдау
- B) тауарлар мен қызметтерге бағаны мемлекеттік реттеу
- C) экономиканы толықтай орталықтан басқару
- D) мемлекеттің экономикалық секторын жекешелендіру
- E) баға қалыптастыру еркіндігі

18. Жетілген бәсекелестік жағдайында нарықта ... сатылады

- A) гомогенды (бірдей) тауарлар
- B) гетерогенді (бірдей емес)
- C) ерекше тауарлар
- D) сипаты бойынша айырылатын тауарлар
- E) әртүрлі тауарлар

19. Дивиденд түрінде пайда беретін құнды қағаз - бұл

- A) вексель
- B) акция
- C) облигация
- D) валюта
- E) ақша

20. Коммерциялық банктердің пассивті операциялары

- A) ақша эмиссиясы
- B) экономиканы қаржы-несиелік реттеу
- C) депозиттерді қабылдау
- D) несие беру
- E) алтын-валюталық қорды сақтау

1-БЛОК: Жалпы кәсіптік пән бойынша тест аяқталды.

2-БЛОК: Арнайы пән
Маркетинг
Бір дұрыс жауабы бар тапсырмалар

1. Дәлелдеу мен қабылдау қай факторға жатады

- A) физиологиялық
- B) мәдени
- C) әлеуметтік
- D) психологиялық
- E) материалдық

2. Кәсіпорынның микроортасына жатқызылмайды

- A) бұқаралық ақпарат құралдары
- B) мемлекеттің барлық тұрғындары
- C) сауда ұйымдары
- D) саяси орта
- E) жабдықтаушылар

3. Сұрау шеберлігі мыналардан құралады

- A) сұрақтарды дұрыс құрастыру мен жіктеуден
- B) ашық сұрақтар санынан
- C) респонденттерді дайындаудан
- D) корреспонденттің жеке ерекшеліктерінен
- E) жабық сұрақтар санынан

4. Қор және тауар биржаларында, валюта нарықтарында тауар, валюта, құнды қағаздар және т.б. құндылықтарды сатушылар мен сатып алушылар арасында мәміле жасау кезінде арада жүретін ресми делдал:

- A) агент
- B) брокер
- C) дистрибьютор
- D) маклер
- E) коммивояжер

5. Фирма, өзіне қызығушылығын аударуға тырыспайтын топ

- A) ұмтылыстық
- B) жағымсыз
- C) пайдалы
- D) жалпы қауым
- E) байланыстық аудитория

6. Көп ақша қаражаттары жұмсалатын жарнама

- A) алдын-ала (превентивті)
- B) агрессивті
- C) жосықсыз
- D) жанама
- E) тікелей

7. Делдалдардың шектеулі саны арқылы өнімді өткізу

- A) эксклюзивті өткізу
- B) селективті өткізу
- C) қарқынды өткізу
- D) тауарлы-дифференцияланған
- E) дифференцияланбаған

8. Маркетингтің өткізушілік функциясы

- A) тауарлық және баға саясатын жүргізу, қызмет көрсету мен тауарды жылжыту жүйелерін ұйымдастыру
- B) нарықты, тұтынушыларды, кәсіпорынның ішкі ортасын талдау
- C) тауар өндірісін, материалдық-техникалық жабдықталуын, өнімнің сапасын басқаруды ұйымдастыру
- D) стратегиялық және оперативтік жоспарлауды ұйымдастыру
- E) маркетингті басқарудың ақпараттық қамтамасыз етілу жүйесінің ұйымдастырылуы

9. Бәсекелес фирмалардың атына кір келтіретін немесе материалдық зиян алып келетін жарнама

- A) алдын-ала (превентивті)
- B) агрессивті
- C) жосықсыз
- D) жанама
- E) тікелей

10. Сатушылар бәсекелестігі орын алады

- A) сатып алушылар нарығында
- B) сатушылар нарығында
- C) нарық тепе-тең болғанда
- D) экономикалық нарықта
- E) қаржы нарығында

11. Слоган дегеніміз

- A) өнімді өткізуді ынталандыру шаралары
- B) қызмет көрсету түрлері
- C) жарнамалық лозунг
- D) бірінші реттік ақпарат жинау әдісі
- E) тауар белгісінің қысқартылған белгісі

12. Нарықты, тұтынушыларды, фирманың нарықтық құрылымын, кәсіпорынның ішкі ортасын зерттеуге бағытталған маркетинг функциясы

- A) әлеуметтік
- B) өндірістік
- C) сараптамалық
- D) басқару
- E) бақылау

13. Маркетингтік делдалдар

- A) компанияны қажетті материалдық ресурстармен қамтамасыз етеді
- B) компанияға тауарды жылжыту, тауарды өткізу мен таратуға көмектеседі
- C) жеке мақсатта қолдану үшін тауарлар мен қызметтерді сатып алады
- D) қажеттіліктерді қанағаттандырудың басқа да тәсілдерін ұсынады
- E) компанияның мақсатына қол жеткізуі үшін қызығушылық танытады

14. Идеялар маркетингін басқаша қалай атайды

- A) жалпы маркетинг
- B) қоғамдық маркетинг
- C) жеке маркетинг
- D) орындар маркетингі
- E) ұйым маркетингі

15. Бағаны өзгерту арқылы жүргізілетін бәсекелік күрес немесе бағаны төмендету дегеніміз

- A) жетілген бәсеке
- B) бағалық емес бәсеке
- C) таза бәсеке
- D) монополиялық бәсеке
- E) бағалық бәсеке

16. Далалық зерттеулер жүргізу барысында кәсіпорынның тауарын тұтынушыларға сауалнама жүргізу тапсырылды. Осындай шешім қабылдай отырып, кәсіпорын жетекшісі алдағы зерттеудің ең күрделі кезеңі деп қайсысын санайды

- A) нарықтық мәселені анықтау
- B) зерттеу жоспарын дайындау
- C) сұрауға жатқызылатын тұлғалардың саны мен құрамын анықтау
- D) жиналған мәліметтерді талдау және өңдеу
- E) зерттеудің мақсаты мен тапсырмаларын анықтау

17. Тауардың өмірлік циклының төртінші кезеңі

- A) өсу кезеңі
- B) жасалу кезеңі
- C) жетілу кезеңі
- D) құлдырау кезеңі
- E) тауарды «жіберу» кезеңі

18. Ремаркетинг ұсынады

- A) сұраныстың болмауы
- B) сұраныстың төмендеуі
- C) сұраныстың шамадан тыс көп болуы
- D) теріс сұраныс
- E) әлеуетті сұраныс

19. Жарнама көлемі мен сатылым мөлшері арасындағы тәуелділікті зерттеу ненің көмегімен жүргізіледі

- A) бақылау
- B) эксперимент
- C) сауалнама
- D) еліктеу
- E) контент-талдау

20. Демаркетингтің міндеті

- A) сұранысты жою
- B) сұранысты жоғарылату
- C) сұранысты дамыту
- D) сұранысты төмендету
- E) сұранысты ынталандыру

Бір немесе бірнеше дұрыс жауабы бар тапсырмалар

21. Ауызша сауалнамалар өткізіледі

- A) телефон арқылы
- B) пошта арқылы тарату
- C) анкеталарды тарату
- D) интернет бойынша
- E) жеке кездесу барасында
- F) жазбаша

22. Баға түрлері

- A) көтерме
- B) жекелей сату
- C) негізгі
- D) техникалық
- E) жоғары
- F) өндірістік
- G) төмен

23. Макроортаға жатады

- A) жеткізушілер
- B) делдалдар
- C) экономикалық орта
- D) тұрақты сатып алушылар
- E) табиғи орта
- F) ғылыми орта

24. Маркетинг субъектілері _____

- A) материалдық тауарлар
- B) қызметтер
- C) өндірушілер
- D) делдалдар
- E) тұтынушылар
- F) ұйымдар
- G) территориялар
- H) тұлғалар

25. Анкеталық сауалнамалардың түрлері

- A) панелді
- B) пайдалы
- C) ашық
- D) жабық
- E) ғылыми
- F) келешек

26. Негізгі ақпараттардың кемшіліктері

- A) қаржылық шығындар
- B) арзандық
- C) қарама-қайшы деректердің жоқтығы
- D) оңай жинау
- E) уақытты көп жоғалту

27. Дилерлерге жатады

- A) консигнаторлар
- B) дистрибьютерлер
- C) джобберлер
- D) брокерлер
- E) комиссионерлер
- F) делдалдар

28. Реакция жылдамдығына байланысты тұтынушылар түрлерін ажыратады

- A) жеке
- B) отбасы немесе үй шаруашылығына
- C) әртістер
- D) материалистер
- E) консерваторлар
- F) программистер
- G) жаңашылдар

29. Қосымша ақпараттардың ішкі дерек көздеріне қайсысы жатады

- A) мелекеттік бюджет
- B) фирма есептері
- C) тұрақты сатып алушылардың есеп шоты
- D) жарнама
- E) мерзімді басылымдар мен басылымдар

30. Зерттеу жүргізудің негізгі кезеңдері _____

- A) тауарға бағаны қою
- B) келіп түскен қаржыны есептеу
- C) ақпарат жинау және талдау жасау
- D) қорытындылар мен ұсыныстар жасау
- E) сатып алушы іс-әрекетін зерттеу

Жағдаяттық тапсырмалар
1-жағдаят
Бір дұрыс жауабы бар 5 тапсырма

Баға қоюдың әдістері

«Әйелдер киімінің» фабрикасы мақта матадан тігілген әйелдер киімінің жаңа түрлерін жаз маусымына дайындады. Сарафанды бағалау үшін нарықтық зерттеу жүргізу керек деп шешілді. Осы мақсатта бірнеше үлгілерді фирмалық дүкен залының манекендеріне қойды. Бірнеше күн бойы келушілерге сауалнама жүргізілді. Салон-дүкеннің келушілері мақсатты сатып алушылар болғандықтан, бұл өнімнің жуықтық бағасын анықтауға мүмкіндік берді.

31. Бағаны қалыптастыруға ... үлкен ықпал етеді

- A) жеткізу көлемі, бәсекелестік, сапа, төлем жағдайы
- B) бәсекелестік және сапа
- C) тек жеткізу көлемі
- D) төлем жағдайы және сапа
- E) сапа және жеткізу көлемі

32. Төмен баға стратегиясы тауарлардың алғашқыда төмен бағамен сатылуын ... қарастырады

- A) сұранысты ынталандыру
- B) төмен бағамен сату
- C) бәсекелес ұйымға ену
- D) тауар өндірісін жоғарылату
- E) жоғары бағамен сату

33. Сатылым бағаларын белгілеудің негізгі міндеттері

- A) сатылымды ұйымдастыру
- B) тауардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету
- C) сатып алушылардың қажеттіліктерін анағұрлым толық қанағаттандыру
- D) өнім түрлерін кеңейту
- E) тауарға деген сұранысты ұлғайту

34. Енгізу кезеңіндегі тауар жетістігі ... анықталады

- A) шоғырланған маркетингпен
- B) тұтынушымен кері байланыс, жарнамамен
- C) тауардың тұтынушылық қасиеттерімен
- D) жарнамаға кеткен шығынның төмен көрсеткіштерімен
- E) жаппай нарық бағдарымен

35. Нақты баға дегеніміз

- A) сатып алу-сатудың нақты бағасы
- B) сатып алушы мен сатушы арасындағы келісілген баға
- C) прейскурanttа жарияланған тауар бағасы
- D) жеке сатып алушыға сатылатын баға
- E) ірі көлемде сатылатын тауар бағасы

2-жағдаят
Бір дұрыс жауабы бар 5 тапсырма

Бәсекелестік орта туралы түсінік

Азық-түлік нарығының маңызды үрдістері бүгінде тұтынушының салауатты өмір салтына деген қызығушылығының жоғарылауы болып табылады. Қантты тұтыну үрдісінің төмендеуі мен бәсекеге қабілетті синтетикалық тәттілендірушілерді тұтынудың жоғарылауы байқалады.

36. Бағалық емес бәсекелестік кезінде бірінші орынға ... жылжиды

- A) тауар сапасы, жарнама, қызмет көрсету деңгейі
- B) тауар құны
- C) кәсіпорын имиджі
- D) тауардың бәсекеге қабілеттілігі
- E) тауар түрі

37. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі ... анықталады

- A) кәсіпорын маркетингтерімен
- B) тұтынушылармен
- C) БАҚ
- D) сыртқы ортамен
- E) өндірушілермен

38. Бәсекелестік түрлері

- A) баға, түр, қызмет, заттық
- B) нарықтық, тұрақсыз, ұзақ мерзімді
- C) қызметтік, кәсіби, тұтынушылық
- D) классикалық, түрлі, бәсекелестік
- E) сатып алушылық, әлеуметтік, заттық

39. Түрлі бәсекелестік дегеніміз

- A) бір қажеттілікті қанағаттандыратын тауарлар арасындағы бәсекелестік
- B) қандай да бір маңызды белгілері бойынша ерекшеленетін тауарлар арасындағы бәсекелестік
- C) түрлі маркалы ұқсас тауарлар арасындағы бәсекелестік
- D) тауар құнының өзгерісіне байланысты бәсекелестік
- E) құрылымы, жарнамасы, қызмет көрсету деңгейі бойынша тауарлар арасындағы бәсекелестік

40. Сатушылар бәсекелестігі ... орын алады

- A) сатып алушылар нарығында
- B) сатушылар нарығында
- C) нарық тепе-тең болғанда
- D) экономикалық нарықта
- E) қаржы нарығында

2-БЛОК: Арнайы пән бойынша тест аяқталды.