

**1-БЛОК: Общепрофессиональная дисциплина**  
**Основы экономики**  
**Задания с выбором одного правильного ответа**

1. Рост объема производства, происходящий за счет расширенного использования капитала, труда и природных ресурсов
  - А) экстенсивный экономический рост
  - В) интенсивный экономический рост
  - С) структурный экономический рост
  - Д) смешанный экономический рост
  - Е) производственный экономический рост
  
2. Динамичный совокупный показатель, характеризующий состояние экономики страны и скорость изменения объема реального ВВП (ВНП) за определенный период времени
  - А) инфляция
  - В) инфраструктура
  - С) безработица
  - Д) экономический рост
  - Е) конъюнктура
  
3. Фаза экономического цикла, на котором уменьшается занятость и растет безработица, падает инвестиционная активность, наблюдается рост нереализованных запасов готовой продукции
  - А) спад
  - В) депрессия
  - С) впадина
  - Д) кризис
  - Е) пик
  
4. Процесс снижения объемов реального ВВП, уровней реальных доходов населения
  - А) оживление
  - В) спад
  - С) впадина
  - Д) пик
  - Е) рецессия

5. Отдельно взятый временной период развития между разными состояниями экономики, выражающимися в подъемах и спадах деловой активности

- А) инфляция
- В) экономический цикл
- С) безработица
- Д) экономический рост
- Е) конъюнктура

6. К постоянным издержкам можно отнести

- А) проценты по кредитам
- В) стоимость сырья и оборудования
- С) затраты на топливо и электроэнергию
- Д) расходы на содержание основных фондов
- Е) расходы по оплате труда основных работников

7. Денежное выражение разницы между общими доходами (выручкой) и всеми понесенными издержками (затратами):

- А) прибыль
- В) предельный доход
- С) средний доход
- Д) валовый доход
- Е) нормальная прибыль

8. Валовые издержки

- А) бухгалтерские издержки
- В) экономические издержки
- С) постоянные издержки
- Д) переменные издержки
- Е) сумма постоянных и переменных издержек

9. Денежные расходы в пользу поставщиков со стороны, направленные на оплату используемых факторов производства

- А) внешние или явные издержки
- В) внутренние или неявные издержки
- С) постоянные издержки
- Д) переменные издержки
- Е) предельные издержки

10. Заработная плата, которая показывает, какое количество товаров и услуг работник может фактически приобрести на свою заработную плату

- A) номинальная заработная плата
- B) реальная заработная плата
- C) повременная заработная плата
- D) сдельная заработная плата
- E) повременно-премиальная оплата труда

11. Заработная плата в денежном выражении, которая выплачивается в соответствии с количеством и качеством затраченного труда за определенный период

- A) номинальная заработная плата
- B) реальная заработная плата
- C) повременная заработная плата
- D) сдельная заработная плата
- E) повременно-премиальная оплата труда

12. Выплаты арендатором за пользование землей ее владельцу в течение определенного периода

- A) заработная плата
- B) прибыль
- C) арендная плата
- D) цена земли
- E) процент

13. Доход от использования земли и других природных ресурсов

- A) заработная плата
- B) рента
- C) процент
- D) арендная плата
- E) прибыль

14. В качестве основных целей деятельности предприятия можно выделить

- A) получение максимального дохода
- B) удовлетворение потребностей конкурентов
- C) использование минимального количества средств производства
- D) получение дохода и удовлетворение потребностей покупателей
- E) использование минимального количества факторов производства

15. Форма предпринимательства, представляющая крупный бизнес как по уровню структуры организации и конкурентоспособности, так и по масштабам прибыльности и продуктивности

- А) партнерство
- В) индивидуальное предприятие
- С) корпорация
- Д) совместное предприятие
- Е) государственное предприятие

16. Фактор экономического роста, представляющий средства производства, используемые для производства и сбыта товаров и услуг

- А) реальный капитал
- В) человеческий капитал
- С) финансовый капитал
- Д) инфраструктура
- Е) наука и изобретения

17. Сделки, осуществленные экономическими субъектами за рассчитываемый период и включаемые в показатель ВВП

- А) покупка и продажа ценных бумаг
- В) государственные трансферты
- С) покупка и продажа продовольственных товаров
- Д) частные трансферты
- Е) покупка и продажа поддержанных вещей

18. Инфляция проявляется

- А) в росте общего уровня цен и росте реальных доходов населения
- В) в росте общего уровня цен и падении реальных доходов
- С) в росте общего уровня цен и падении номинальных доходов населения
- Д) только в росте общего уровня цен без изменения реальных доходов
- Е) в росте дефицита государственного бюджета

19. Категория людей, не включаемая в состав рабочей силы

- А) люди, имеющие работу
- В) люди, не имеющие работу, но активно ее ищущие
- С) люди, работающие неполные рабочие дни
- Д) люди, ищущие работу, но отчаявшиеся ее найти и поэтому прекратившие поиск работы
- Е) люди, ожидающие начала трудовой деятельности с определенного срока

20. В случаях неожиданной инфляции богатство перераспределяется

- A) от заемщиков к кредиторам
- B) от кредиторов к заемщикам
- C) от молодых людей к старым
- D) от государства к фирмам
- E) от фирм к государству

***Тест по 1-БЛОКУ: Общепрофессиональная дисциплина завершен.***

**2-БЛОК: Специальная дисциплина  
Маркетинг**

**Задания с выбором одного правильного ответа**

1. Клиентура - это фактор

- A) макросреды
- B) микросреды
- C) научно-технической среды
- D) политической среды
- E) культурной среды

2. Одной из предпосылок возникновения концепции социально-этичного маркетинга послужило

- A) увеличение доходов
- B) полное удовлетворение потребностей
- C) загрязнение окружающей среды
- D) увеличение объемов рекламы
- E) изменение потребительского поведения

3. Основные принципы сегментирования потребительских рынков

- A) географический принцип, степень приверженности, уровень дохода
- B) географический принцип, психографический принцип, демографический принцип, поведенческий принцип
- C) плотность населения, регион, образование, уровень дохода, размер семьи
- D) тип личности, регион, уровень дохода, размер семьи, образ жизни, образование
- E) регион, повод к свершению покупки, уровень дохода, интенсивность потребления

4. Скидка «сконто» предоставляется

- A) постоянным покупателям
- B) покупателю за приобретение товара вне сезона
- C) покупателю, в котором продавец заинтересован
- D) покупателю за покупку наличными деньгами
- E) службам товародвижения за складирование товара

5. Маркетинговые посредники

- A) обеспечивают компанию необходимыми материальными ресурсами
- B) помогают компании в продвижении, сбыта и распространении товаров
- C) приобретают товары и услуги для личного потребления
- D) предоставляют другие способы удовлетворения потребностей
- E) проявляют интерес к компании и оказывают влияние на руководство

6. Прямая реклама использует форму

- A) письма, открытки
- B) каталоги, проспекты
- C) ТВ ролики
- D) художественные фильмы
- E) интернет рекламу

7. Представители государственных учреждений

- A) приобретают товары для своего личного потребления
- B) приобретают товары для всей семьи
- C) осуществляют закупку для перепродажи
- D) закупают товары производственного назначения
- E) закупают товары на общественные средства

8. Группа, интерес которой к фирме носит положительный характер

- A) искомая
- B) нежелательная
- C) благотворная
- D) широкая публика
- E) контактная аудитория

9. Функция маркетинга, к которой относятся изучение рынка, потребителей, внутренней среды предприятия

- A) исполнительная
- B) производственная
- C) аналитическая
- D) управления
- E) контроля

10. Сбытовая функция маркетинга предполагает

- A) организацию системы товародвижения, проведение ценовой политики
- B) анализ рынка, потребителей, внутренней среды предприятия
- C) организацию производства товаров, материально – технического снабжения
- D) организацию стратегического и оперативного планирования
- E) организацию системы информационного обеспечения управления маркетингом

11. Минимальная цена товара определяется

- A) предложением
- B) объемом прибыли
- C) уровнем спроса
- D) ценами конкурентов
- E) затратами на товар

12. Спрос - это

- A) стремление человека устранить несоответствие между имеющимся и необходимым
- B) чувство человеком нехватки чего-либо
- C) желание покупателя купить товар или услугу
- D) сфера обмена продукта
- E) средство, с помощью которого можно удовлетворить потребность

13. Паблик рилейшнз - это

- A) оплаченная форма обезличенного представления и продвижения товаров, услуг
- B) непосредственный контакт между продавцом и покупателем
- C) распространение сведений с целью создания благоприятного общественного мнения о товаре
- D) кратковременные побудительные меры поощрения покупки товара
- E) позиционирование товара , информирование производителей

14. Канал первого уровня включает

- A) производителя и одного посредника
- B) производителя и три посредника
- C) производителя и потребителя
- D) производителя и двух посредников
- E) производителя и покупателя

15. Предприятие решило через определенные интервалы времени проводить опросы одних и тех же потребителей ее товаров. Такие опросы являются

- A) сплошными
- B) спорадическими
- C) выборочными
- D) панельными
- E) групповыми

16. Концепция совершенствования товара возникла

- A) 1905-1933 г
- B) 1955-1990 г
- C) 1933-1950 г
- D) 1950-1970 г
- E) 1970-1999 г



17. Маркетинговые источники для исследований кабинетными методами

- A) интервью
- B) телефонный опрос
- C) проведение эксперимента
- D) анализ отчетов предыдущих исследований
- E) рекламные проспекты

18. Первая стадия в создании продукта - это

- A) управленческий анализ
- B) конструирование
- C) поиск идей
- D) предварительная оценка и выбор идей
- E) разработка замысла и его проверка

19. Исследования, проводимые в созданных искусственных или реальных условиях, может быть проведено

- A) наблюдение
- B) эксперимента
- C) опроса
- D) интервью
- E) контент-анализа

20. Концепция социально-этического маркетинга возникла в

- A) 1990 г
- B) 1980 г
- C) 1930 г
- D) 1950 г
- E) 1970 г

*Задания с выбором одного или нескольких правильных ответов*

21. К видам маркетинга относятся

- A) маркетинг-микс
- B) макромаркетинг
- C) прямой маркетинг
- D) производственный
- E) товарный

22. Объектами маркетинга являются

- A) организации
- B) материальные товары
- C) услуги
- D) конкуренты
- E) посредники
- F) поставщики
- G) потребители

23. Виды цен

- A) оптовая
- B) розничная
- C) базисная
- D) техническая
- E) высокая
- F) производственная
- G) низкая

24. Печатная реклама включает в себя

- A) вывески
- B) буклеты
- C) плакаты
- D) листовки
- E) рекламу в интернете
- F) радиорекламу

25. Двухуровневый канал товародвижения включает

- A) производителя
- B) оптового торговца
- C) розничного торговца
- D) конкурента
- E) мелкооптового торговца
- F) посредника

26. Рынок классифицируют по
- A) субъекту товарного обмена
  - B) территориальному масштабу
  - C) отношению к государственным границам
  - D) степени ограничения конкуренции
  - E) денежным вложениям
  - F) инфраструктуре финансового рынка
27. Реклама по типу рекламодателя бывает от имени
- A) производителя
  - B) торговых посредников
  - C) частных лиц
  - D) правительства
  - E) потребителей
  - F) интернета
28. Основные принципы маркетинга включают
- A) учет состояния и динамики спроса
  - B) учет и рациональное расходование ресурсов
  - C) планирование товарного ассортимента
  - D) ценообразование
  - E) товародвижение
29. Предметом анализа при установлении цен является
- A) готовность потребителя платить определенную цену
  - B) реакция потребителя на изменение цен
  - C) отсутствие возможности снижения затрат
  - D) приспособление к рыночной цене
  - E) повышение цены на товар
30. К стадии зрелости относятся
- A) отсутствие конкурентов
  - B) выход на рынок более современных товаров
  - C) усиление конкуренции
  - D) недостаточная экономическая эффективность
  - E) разработка идей
  - F) поиск новых жизненных циклов товара

## **Ситуационные задания**

### **1-ситуация**

#### **5 заданий с выбором одного правильного ответа**

#### **Потребности и рынок. Покупательское поведение.**

Анара и Санжар были в гостях на даче у друзей. Им очень понравился набор приспособлений для приготовления шашлыка. Когда они спросили, где он был куплен, то хозяева ответили, что только что- в ближайшем магазине.

31. К товарам повседневного спроса относят

- А) хлеб, молоко, мыло
- В) мебель, обувь, газеты
- С) машина, компьютер, зубная паста
- Д) ювелирные изделия, шубы
- Е) кольцо, бусы, духи

32. Сырье, природные материалы относятся к товарам

- А) повседневного спроса
- В) предварительного выбора
- С) особого спроса
- Д) производственно-технического назначения
- Е) массового спроса

33. Импульсивная покупка-это

- А) незапланированная покупка, под влиянием внезапного желания
- В) товары покупаются при возникновении острой нужды
- С) товары, требующие стимулировать потребность
- Д) приобретение машины
- Е) товары массового спроса

34. Приспособления для приготовления шашлыка можно отнести к товарам

- А) повседневного спроса
- В) особого спроса
- С) предварительного выбора
- Д) пассивного спроса
- Е) импульсивной покупки

35. Покупатель впервые видит товар, ему предлагают попробовать или посмотреть, как он работает, он пробует и покупает, это покупка

- А) побудительная
- В) запланированная
- С) напоминающая
- Д) импульсивная
- Е) незапланированная

## **2-ситуация**

### **5 заданий с выбором одного правильного ответа**

#### **Изучение и исследование рынка потребителей**

На птицефабрике сократилась продажа куриного мяса в сети магазинов города. Для увеличения продаж следует выяснить причину низкого спроса на мясо этой птицефабрики. Начальный этап исследования данной проблемы -это провести опрос покупателей.

36. Анкета-это

- A) опросный лист для получения сведений
- B) вид непрерывной выборки
- C) вопросы-перечни
- D) эксперимент
- E) групповое интервью

37. Вопросы с выбором ответов («да», «нет», «не знаю») являются

- A) закрытыми
- B) вводными
- C) открытыми
- D) фильтрующими
- E) контрольными

38. Исследование рынка птицефабрики необходимо начинать

- A) с панельного исследования
- B) интервью
- C) эксперимента
- D) сбора первичных данных
- E) поиска вторичных данных

39. Вопросы, которые задаются вначале анкеты для установления контакта, являются

- A) закрытыми
- B) вводными
- C) открытыми
- D) фильтрующими
- E) контрольными

40. Анкетирование-это

- A) наблюдение
- B) панель с программой опроса
- C) поиск источника сведений в каталоге
- D) опрос с помощью опросного листа
- E) интервью

***Тест по 2-БЛОКУ: Специальная дисциплина завершен.***