Тест на тему: “Бизнес-планирование”

1. Товарная политика предприятия включает в себя:
а) создание и запуск в производство новых товаров и исключение из производственной программы товаров, потерявших потребительский спрос
б) ценовую политику
в) экономическую политику

2. Ресурсы, полученные и контролируемые субъектом в результате событий прошлых периодов, от которых ожидается получение экономической выгоды в будущем:
а) пассивы
б) активы
в) доход

3. Страховой случай наступает после:
а) оценки ущерба
б) страхового возмещения
в) страховой оценки объекта страхования

4. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является:
а) обеспечение роста продаж товара
б) обеспечение качества эксплуатации товара
в) размещение описания или рекламы товара

5. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является:
а) обеспечение качества самого товара
б) обеспечение роста продаж товара
в) обеспечение удобства использования товара

6. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является:
а) обеспечение качества самого товара
б) создание возможности обзора содержащегося в упаковке товара
в) обеспечение качества эксплуатации товара

7. Товарное предложение представляет собой:
а) сумму денежных средств, которую население мо­жет предъявить для покупки товаров и оплаты услуг
б) вынесенную на рынок платежеспо­собную потребность населения
в) продукт, который уже находится на рынке или может быть на него доставлен

8. Нижний предел цены определяется:
а) как сумма себестоимости и затрат на оплату труда
б) на уровне себестоимости
в) как сумма издержек и минимальной прибыли

9. Покупательский спрос на продукцию (услуги) на рынке в целом и по отдельным товарам, продавцам, регионам характеризуют такой показатель, как:
а) соотношение спроса и предложения
б) степень удовлетворения спроса, вектор его изменения, формы образования спроса, покупательские намерения
в) товарная структура товарооборота

10. Стратегия маркетинга, являющаяся составной частью всего стратегического управления предприятием, разрабатывается на основе:
а) планирования деловой активности предприятия
б) кооперации деятельности с деловыми партнерами
в) изучения рынка, его количественных и качественных характеристик

11. Убеждающее средство информации о товаре или фирме, коммерческая пропаганда потребительских свойств товара и достоинств деятельности фирмы, готовящая активного и потенциального покупателя к покупке:
а) реклама
б) маркетинг
в) представление

12. На сбыт продукции может оказать влияние:
а) престиж предприятия
б) структура баланса
в) традиции предприятия

13. Бизнес-план – это документ описывающий:
а) социальный состав фирмы
б) основные аспекты будущей деятельности фирмы
в) систему налоговых льгот

14. Финансовая нестабильность – это ситуация, которая характеризуется:
а) долгосрочными обязательствами
б) неплатежами
в) высокой ликвидностью

15. При формировании ассортимента руководствуются:
а) пропускной способностью оборудования
б) квалификацией персонала
в) структурой спроса конкретных потребителей

16. План производства включает в себя:
а) прогнозирование инфляции
б) описание производственного процесса
в) описание потребительских свойств товара