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