



Управление продажами.dor_БАК

- 1 Установите последовательность в модели процесса коммуникации:
- 2 В случае распространения информации по каналам неличной коммуникации отсутствует ...
- 3 Совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов – это ... продаж.
- 4 Маркетинговая модель, путь, который проходит потребитель с момента привлечения его внимания к товарному предложению до совершения покупки – это ...
- 5 ... - это кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара или услуги.
- 6 Укажите последовательность коммерческих операций по организации закупок товаров:
- 7 Установите последовательность этапов рекламного процесса:
- 8 Установите последовательность основных этапов процесса потребления, отличающиеся друг от друга по форме и содержанию:
- 9 Способ, сочетающий горизонтальный и вертикальный способы выкладки товаров - ...
- 10 Установите соответствие определения вида стимулирования сбыта по аудитории его характеристике:
- 11 Укажите соответствие функций и ключевых процессов управления продажами
- 12 Установите правильную последовательность. Планирование производства и сбыта продукции предусматривает:
- 13 Постройте последовательность факторов (от сильного влияния к слабому), под воздействием которых формируется спрос потребителей:
- 14 Установите соответствие между целевой аудиторией и ее характеристикой:
- 15 Определите последовательность этапов процесса продажи:





- 16) Какие преимущества дает менеджеру по продажам ведение базы данных клиентов:
- 17) Какова может быть цель первого телефонного контакта с потенциальным клиентом:
- 18) Работа по возвращению клиентов – это:
- 19) Потребители соотносят то, что им известно о различных товарах и брендах, с тем, что они считают самым важным для себя, и постепенно сужают набор альтернатив, пока не решат приобрести конкретный товар, - это стадия ...
- 20) ...— это схематичное изображение размещения товаров на стеллажах в соответствии с действующими в компании принципами выкладки.
- 21) Амортизация основных фондов – это:
- 22) Источниками информации для анализа финансового состояния предприятия являются:
- 23) Неритмичная поставка материальных ресурсов порождает:
- 24) В состав оборотных средств предприятия входят:
- 25) Нормативный производственный запас предприятия, создаваемый на случай сбоя в поставках, называется ... запасом.
- 26) Установите соответствие между экономическим явлением и характеризующими его показателями.
- 27) Определите последовательность этапов расчета амортизации основных средств:
- 28) Вся масса продукции на рынке, используемая для производственного, личного потребления и на экспорт – это...
- 29) Запасы подразделяются на два основных вида:
- 30) Какие материально-вещественные элементы входят в состав оборотных производственных фондов предприятия?
- 31) Совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю - это





- 32) Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи - это
- 33) Определите форму сбыта в том случае, когда один продавец имеет право продавать продукцию компании:
- 34) Любая деятельность по продаже товаров или услуг тем, кто приобретает их с целью перепродажи или профессионального использования - это
- 35) Метод торгового обслуживания, при котором покупатель осматривает, отбирает и доставляет обобранные товары к узлу расчета - это ...
- 36) Установите соответствие между классификационными группами товаров и действиями по продаже этих товаров.
- 37) У прямых и косвенных каналов товародвижения общим является наличие:
- 38) Ответная реакция потребителя - это ...
- 39) Ценовые методы стимулирования продажи товаров включают ... (выберите три варианта ответа)
- 40) Установите последовательность этапов рекламного процесса:
- 41) Структура ассортимента:
- 42) Основные причины обновления ассортимента:
- 43) Существует ли различие между понятиями «промышленный ассортимент» и «торговый ассортимент»:
- 44) Сопутствующий ассортимент - это:
- 45) К основным направлениям ассортиментной политики относится:
- 46) Установите соответствие между параметрами товарного ассортимента и их характеристиками.
- 47) ... - это совокупность изделий, которые воспринимаются покупателями как взаимозаменяемые благодаря их схожим свойствам и характеристикам.
- 48) Установите соответствие между принципом формирования ассортимента и товарами, к которым он применяется:





- 49) ...— метод, позволяющий классифицировать ресурсы фирмы по степени их влияния на прибыль компании.
- 50) По признаку местонахождения товаров различают ассортимент товаров:
- 51) ... - вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров.
- 52) Что входит в субъекты рынка?
- 53) Установите соответствие между примерами и видами экономической деятельности:
- 54) Установите последовательность кругооборота экономических благ:
- 55) Товар – это:
- 56) Установите, где лучше используются основные фонды, если известно, что в филиале № 1 фондоотдача в отчетном периоде по сравнению с предыдущим увеличилась на 2%, а в филиале № 2 фондоемкость снизилась на 2%:
- 57) ... - это совокупность ресурсов предприятия, обеспечивающих непрерывность и эффективность ее деятельности.
- 58) Средства сохраняют свою вещественную форму в течение нескольких кругооборотов, переносят по частям свою стоимость на создаваемый продукт и изнашиваются в процессе производства, пополняются по мере выбытия и списания их со счетов предприятия это -
- 59) Экономические ресурсы подразделяются на:
- 60) Амортизация это -
- 61) К активной части основных средств относятся...
- 62) Как рассчитать коэффициент установочной площади?
- 63) ... - это отношение стоимости основных средств предприятия к средней годовой списочной численности рабочих.
- 64) ... - вся масса продукции на рынке, используемая для производственного, личного потребления.





- 65) Количество товаров в денежном или натуральном выражении, находящееся в торговых предприятиях, на складах, в пути на определенную дату
- 66) Установите соответствие между терминами и их определениями:
- 67) Установите соответствие между ресурсами предприятия и показателями эффективности их использования:
- 68) Собственные, заёмные и привлеченные денежные средства, формируемые при образовании предприятия и пополняемые в результате производственно-хозяйственной деятельности за счёт реализации товаров и услуг, вышедшего имущества предприятия, а также путём привлечения внешних источников финансирования – это
- 69) Укажите правильный порядок образования чистой прибыли в организации:
- 70) Установите порядок формирования цен во всех звеньях товаропроводящей цепочки:
- 71) Что не относится к функциям товародвижения:
- 72) Ширина канала распределения означает:
- 73) Определите последовательность продвижения товара от производителя к потребителю по стратегии «проталкивания»:
- 74) Определите последовательность продвижения товара от производителя к потребителю по стратегии «протягивания»:
- 75) Современный подход к работе с потребителем, основанный на продолжительных, доверительных и продуктивных отношениях продавца и покупателя, – это ... отношений
- 76) Метод сбыта, основанный на реализации продуктов производителей через ограниченное число торговых точек - ...
- 77) ...- это образ действий, которого придерживается организация в достижении целей по продажам.
- 78) Метод сбыта, основанный на реализации продуктов производителей через ограниченное число посредников, которым на их территории сбыта дается исключительное право реализации продуктов производителя – это ...
- 79) Установите соответствие между средствами воздействия на покупателя и их определениями:





- 80) Метод сбыта, при которой организация стремится обеспечить запасы своих продуктов в возможно большем числе торговых точек, чтобы сделать их доступными для потребителей - ...
- 81) Группа фирм или частных лиц, которые занимаются организацией продвижения товаров или услуг от производителя к потребителю – это ...
- 82) ... - часть продвижения товаров и услуг, включающая их устное представление в беседе с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью продажи.
- 83) Метод продажи, при котором покупатель самостоятельно отбирает покупки и производит их оплату в кассовом терминале на выходе из магазина - ...
- 84) Основная задача менеджера по продажам:
- 85) Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке:
- 86) Что влияет на выведение нового продукта в большей степени:
- 87) Установите соответствие между элементами коммуникации с клиентом и их содержанием:
- 88) Каналом товародвижения является:
- 89) Канал распределения нулевого уровня в основном применяется:
- 90) Установите последовательность этапов разработки коммуникационных стратегий:
- 91) Совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов – это...
- 92) ... — это способ коммуникации с потенциальными клиентами, при котором инициатива исходит от продавца, а не от покупателя.
- 93) Какие стадии покупки являются общими для моделей AIDA, AIDMA и AIDCA?
- 94) Определите последовательность психологического воздействия рекламы на потребителя:
- 95) Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий фактор:





- 96) Установите соответствие между видами скидок и их характеристиками:
- 97) Ценовые методы стимулирования продажи товаров включают ... (укажите 3 варианта ответа)
- 98) Установите соответствие вида стимулирования продаж по аудитории и его характеристики, помогающей определить этот вид:
- 99) Установите соответствие видов мерчендайзинга и их элементов
- 100) Любая оплаченная конкретным лицом форма коммуникаций, предназначенная для продвижения товаров, услуг или идей – это:
- 101) Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя называется:
- 102) Вероятность послепокупочного диссонанса (сомнений) снижается путем:
- 103) В случае распространения информации по каналам неличной коммуникации отсутствует:
- 104) Предварительно разработанный план действий (сценарий), который направлен на изменение мнения потребителя – это ...
- 105) ... - способность компании увеличивать свою прибыль за счет глубокого понимания и максимального удовлетворения потребностей клиентов.
- 106) Установите групповое соответствие объектов и субъектов клиентоориентированности
- 107) Установите соответствие, каким типам покупок соответствуют следующие определения:
- 108) Импульсные покупки - форма покупательского решения, имеющая отличительные признаки:
- 109) Установите соответствие:
- 110) В розничной торговле стимулирование продаж направлено на:
- 111) Выберите качества, которые наиболее важны для взаимодействия с клиентом?
- 112) Основная задача менеджера по продажам это:





- 113) Укажите три основные формы специализации сбытовых организаций:
- 114) Кто относится к субъектам управления продажами?
- 115) Что влияет на выведение нового продукта на рынок в большей степени:
- 116) Расположите в правильном порядке этапы процесса принятия решения о покупке:
- 117) Установите соответствие между параметрами потребительского поиска информации и их характеристиками:
- 118) Установите последовательность внедрения системы KPI в отделе продаж:
- 119) Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке?
- 120) При подготовке к продажам используется:
- 121) В каких функциях заключается сущность управления продажами?
- 122) Ключевой клиент – это:
- 123) Почему потребители покупают дорогие товары?
- 124) Что такое «холодные» звонки?
- 125) Основное понимание FAB концепции состоит в:
- 126) Установите соответствие уровней воздействия на покупателя и его реакции:
- 127) Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?
- 128) В процессе принятия решения о покупке в сфере потребительских товаров субъекту рынка следует выяснить, какие именно ощутимые нужды или проблемы возникли, чем вызвано их возникновение, каким образом они вывели человека на конкретный товар, на этапе ...





- 129) Английская аббревиатура ... означает самую распространенную систему, которая помогает наладить персонифицированные отношения с каждым клиентом, накапливать и систематизировать данные о запросах покупателей
- 130) ... потребителя – это соответствие между его ожиданиями и реальным опытом в процессе покупки товара или услуги
- 131) Ассортимент товаров – это:
- 132) Ассортимент товаров классифицируют по:
- 133) Установите последовательность этапов формирования ассортимента в магазинах:
- 134) Факторы, влияющие на формирование ассортимента:
- 135) ... ассортимента характеризуется удельной долей каждого вида и/или наименования товара в общем наборе:
- 136) Основные причины обновления ассортимента:
- 137) Определите последовательность этапов новой закупки при формировании ассортимента:
- 138) Установите соответствие между понятиями и их содержанием
- 139) ... - перечень товарных видов или наименований товаров, наличие которых в торговом предприятии обязательно
- 140) ... — это документ, включающий полный перечень всех товарных позиций, предлагаемых к продаже в магазине с учетом требований ассортиментной политики, формата и расположения торгового предприятия.
- 141) Установите соответствие между классификационным признаком ассортимента товаров и его содержанием:
- 142) Установите соответствие между показателями ассортимента и их содержанием:
- 143) ...- совокупность товаров, которые покупатель воспринимает как схожие между собой, или товаров совместного использования.
- 144) Деятельность по управлению ассортиментом товаров внутри организации, предназначенная для упорядочения и оптимизации всех операций, которые относятся к определенной товарной категории – это ...





- 145) Процесс изучения состава и структуры ассортимента товаров и услуг компании с целью оценки его соответствия текущим и перспективным условиям рынка - ...
- 146) Процедура проведения ABC-анализа содержит следующие этапы:
- 147) Торговый ассортимент - это:
- 148) Свойство ассортимента - это:
- 149) Показатель ассортимента - это:
- 150) Назовите свойства ассортимента:
- 151) Определите показатель фондоотдачи при следующих условиях: Цена единицы продукции предприятия (P) – 15 рублей, Объем производства (Q) – 153690 штук, Стоимость основных средств на начало 2016 года –116000 рублей, Стоимость основных средств на конец 2016 года –140000 рублей.
- 152) Упаковка товара стоила 85 руб. В магазине проходит акция, и скидка на товар составляет 30 %. Сколько упаковок товара по старой цене можно было купить на 350 руб., а сколько – можно купить на эти же деньги по новой цене?
- 153) Рассчитайте эффективность проведения рекламной коммуникации с потребителями при следующих условиях: Среднедневной объем выручки до рекламного периода 675,3 тыс. руб. Относительный процент прироста среднедневной выручки 1,7%. Количество дней учета объема выручки в рекламный период 140 дн. Прибыль на один рубль реализации продукции 0,18 руб. Затраты на рекламу 86,9 тыс.руб.
- 154) Цена на товар падает с 10000 руб. до 5000 руб. Это увеличивает спрос с 5 ед. товара до 15 ед. Какова эластичность спроса на данный товар?
- 155) Условие: Из 55 товаров в магазине 10 новых поступивших видов. Определите коэффициент новизны (степень обновления) ассортимента.
- 156) Амортизация это -
- 157) Английская аббревиатура ... означает самую распространенную систему, которая помогает наладить персонифицированные отношения с каждым клиентом, накапливать и систематизировать данные о запросах покупателей





- 158) Ассортимент товаров классифицируют по:
- 159) Ассортимент товаров – это:
- 160) В каких функциях заключается сущность управления продажами?
- 161) В процессе принятия решения о покупке в сфере потребительских товаров субъекту рынка следует выяснить, какие именно ощутимые нужды или проблемы возникли, чем вызвано их возникновение, каким образом они вывели человека на конкретный товар, на этапе ...
- 162) В розничной торговле стимулирование продаж направлено на:
- 163) В случае распространения информации по каналам неличной коммуникации отсутствует:
- 164) Вероятность послепокупочного диссонанса (сомнений) снижается путем:
- 165) Выберите качества, которые наиболее важны для взаимодействия с клиентом?
- 166) Группа фирм или частных лиц, которые занимаются организацией продвижения товаров или услуг от производителя к потребителю – это ...
- 167) Деятельность по управлению ассортиментом товаров внутри организации, предназначенная для упорядочения и оптимизации всех операций, которые относятся к определенной товарной категории – это ...
- 168) Импульсные покупки - форма покупательского решения, имеющая отличительные признаки:
- 169) К активной части основных средств относятся...
- 170) Как рассчитать коэффициент установочной площади?
- 171) Какие стадии покупки являются общими для моделей AIDA, AIDMA и AIDCA?
- 172) Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?
- 173) Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя называется:





- 174 Канал распределения нулевого уровня в основном применяется:
- 175 Каналом товародвижения является:
- 176 Ключевой клиент – это:
- 177 Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий фактор:
- 178 Количество товаров в денежном или натуральном выражении, находящееся в торговых предприятиях, на складах, в пути на определенную дату
- 179 Кто относится к субъектам управления продажами?
- 180 Любая оплаченная конкретным лицом форма коммуникаций, предназначенная для продвижения товаров, услуг или идей – это:
- 181 Метод продажи, при котором покупатель самостоятельно отбирает покупки и производит их оплату в кассовом терминале на выходе из магазина - ...
- 182 Метод сбыта, основанный на реализации продуктов производителей через ограниченное число посредников, которым на их территории сбыта дается исключительное право реализации продуктов производителя – это ...
- 183 Метод сбыта, основанный на реализации продуктов производителей через ограниченное число торговых точек - ...
- 184 Метод сбыта, при которой организация стремится обеспечить запасы своих продуктов в возможно большем числе торговых точек, чтобы сделать их доступными для потребителей - ...
- 185 Назовите свойства ассортимента:
- 186 Определите последовательность продвижения товара от производителя к потребителю по стратегии «проталкивания»:
- 187 Определите последовательность продвижения товара от производителя к потребителю по стратегии «протягивания»:
- 188 Определите последовательность психологического воздействия рекламы на потребителя:
- 189 Определите последовательность этапов новой закупки при формировании ассортимента:
- 190 Основная задача менеджера по продажам это:





- 191 Основная задача менеджера по продажам:
- 192 Основное понимание FAB концепции состоит в:
- 193 Основные причины обновления ассортимента:
- 194 Показатель ассортимента – это:
- 195 Почему потребители покупают дорогие товары?
- 196 Предварительно разработанный план действий (сценарий), который направлен на изменение мнения потребителя – это ...
- 197 При подготовке к продажам используется:
- 198 Процедура проведения ABC-анализа содержит следующие этапы:
- 199 Процесс изучения состава и структуры ассортимента товаров и услуг компании с целью оценки его соответствия текущим и перспективным условиям рынка - ...
- 200 Расположите в правильном порядке этапы процесса принятия решения о покупке:
- 201 Свойство ассортимента – это:
- 202 Собственные, заёмные и привлеченные денежные средства, формируемые при образовании предприятия и пополняемые в результате производственно-хозяйственной деятельности за счёт реализации товаров и услуг, выбывшего имущества предприятия, а также путём привлечения внешних источников финансирования – это...
- 203 Совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов – это...
- 204 Современный подход к работе с потребителем, основанный на продолжительных, доверительных и продуктивных отношениях продавца и покупателя, – это ... отношений
- 205 Средства сохраняют свою вещественную форму в течение нескольких кругооборотов, переносят по частям свою стоимость на создаваемый продукт и изнашиваются в процессе производства, пополняются по мере выбытия и списания их со счетов предприятия это -





- 206 Товар – это:
- 207 Торговый ассортимент – это:
- 208 Укажите правильный порядок образования чистой прибыли в организации:
- 209 Укажите три основные формы специализации сбытовых организаций:
- 210 Установите порядок формирования цен во всех звеньях товаропроводящей цепочки:
- 211 Установите последовательность внедрения системы KPI в отделе продаж:
- 212 Установите последовательность кругооборота экономических благ:
- 213 Установите последовательность этапов разработки коммуникационных стратегий:
- 214 Установите последовательность этапов формирования ассортимента в магазинах:
- 215 Установите соответствие вида стимулирования продаж по аудитории и его характеристики, помогающей определить этот вид:
- 216 Установите соответствие между видами скидок и их характеристиками:
- 217 Установите соответствие между классификационным признаком ассортимента товаров и его содержанием:
- 218 Установите соответствие между параметрами потребительского поиска информации и их характеристиками:
- 219 Установите соответствие между показателями ассортимента и их содержанием:
- 220 Установите соответствие между понятиями и их содержанием
- 221 Установите соответствие между ресурсами предприятия и показателями эффективности их использования:
- 222 Установите соответствие между средствами воздействия на покупателя и их определениями:
- 223 Установите соответствие между терминами и их определениями:





- 224) Установите соответствие между элементами коммуникации с клиентом и их содержанием:
- 225) Установите соответствие уровней воздействия на покупателя и его реакции:
- 226) Установите соответствие, каким типам покупок соответствуют следующие определения:
- 227) Установите соответствие:
- 228) Установите, где лучше используются основные фонды, если известно, что в филиале № 1 фондоотдача в отчетном периоде по сравнению с предыдущим увеличилась на 2%, а в филиале № 2 фондоемкость снизилась на 2%:
- 229) Факторы, влияющие на формирование ассортимента:
- 230) Ценовые методы стимулирования продажи товаров включают ... (укажите 3 варианта ответа)
- 231) Что влияет на выведение нового продукта в большей степени:
- 232) Что влияет на выведение нового продукта на рынок в большей степени:
- 233) Что входит в субъекты рынка?
- 234) Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке:
- 235) Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке?
- 236) Что не относится к функциям товародвижения:
- 237) Что такое «холодные» звонки?
- 238) Ширина канала распределения означает:
- 239) Экономические ресурсы подразделяются на:
- 240) ... - вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров.
- 241) ... - вся масса продукции на рынке, используемая для производственного, личного потребления.





- (242) ... - перечень товарных видов или наименований товаров, наличие которых в торговом предприятии обязательно
- (243) ... - способность компании увеличивать свою прибыль за счет глубокого понимания и максимального удовлетворения потребностей клиентов.
- (244) ... - часть продвижения товаров и услуг, включающая их устное представление в беседе с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью продажи.
- (245) ... - это отношение стоимости основных средств предприятия к средней годовой списочной численности рабочих.
- (246) ... - это совокупность ресурсов предприятия, обеспечивающих непрерывность и эффективность ее деятельности.
- (247) ... ассортимента характеризуется удельной долей каждого вида и/или наименования товара в общем наборе:
- (248) ... потребителя – это соответствие между его ожиданиями и реальным опытом в процессе покупки товара или услуги
- (249) ... — это документ, включающий полный перечень всех товарных позиций, предлагаемых к продаже в магазине с учетом требований ассортиментной политики, формата и расположения торгового предприятия.
- (250) ... — это способ коммуникации с потенциальными клиентами, при котором инициатива исходит от продавца, а не от покупателя.
- (251) ...- совокупность товаров, которые покупатель воспринимает как схожие между собой, или товаров совместного использования.
- (252) ...- это образ действий, которого придерживается организация в достижении целей по продажам.
- (253) Условие: Из 55 товаров в магазине 10 новых поступивших видов. Определите коэффициент новизны (степень обновления) ассортимента.
- (254) Определите показатель фондоотдачи при следующих условиях: Цена единицы продукции предприятия (P) – 15 рублей, Объем производства (Q) – 153690 штук, Стоимость основных средств на начало 2016 года –116000 рублей, Стоимость основных средств на конец 2016 года –140000 рублей.





- (255) Рассчитайте эффективность проведения рекламной коммуникации с потребителями при следующих условиях: Среднедневной объем выручки до рекламного периода 675,3 тыс. руб. Относительный процент прироста среднедневной выручки 1,7%. Количество дней учета объема выручки в рекламный период 140 дн. Прибыль на один рубль реализации продукции 0,18 руб. Затраты на рекламу 86,9 тыс.руб.
- (256) Упаковка товара стоила 85 руб. В магазине проходит акция, и скидка на товар составляет 30 %. Сколько упаковок товара по старой цене можно было купить на 350 руб., а сколько – можно купить на эти же деньги по новой цене?
- (257) Цена на товар падает с 10000 руб. до 5000 руб. Это увеличивает спрос с 5 ед. товара до 15 ед. Какова эластичность спроса на данный товар?
- (258) Установите соответствие между примерами и видами экономической деятельности:
- (259) К активной части основных средств относятся... сооружения
- (260) Собственные, заёмные и привлеченные денежные средства, формируемые при образовании предприятия и пополняемые в результате производственно-хозяйственной деятельности за счёт реализации товаров и услуг, выбывшего имущества предприятия, а также путём привлечения внешних источников финансирования – это
- (261) Установите порядок формирования цен во всех звеньях товаропроводящей цепочки:
- (262) Определите последовательность продвижения товара от производителя к потребителю по стратегии «проталкивания»:
- (263) Установите последовательность этапов разработки коммуникационных стратегий:
- (264) Определите последовательность психологического воздействия рекламы на потребителя:
- (265) Установите соответствие видов мерчендайзинга и их элементов
- (266) Установите групповое соответствие объектов и субъектов клиентоориентированности
- (267) Кто относится к субъектам управления продажами?





- 268) Расположите в правильном порядке этапы процесса принятия решения о покупке:
- 269) Ассортимент товаров классифицируют по:
- 270) Определите последовательность этапов новой закупки при формировании ассортимента:
- 271) Установите соответствие между классификационным признаком ассортимента товаров и его содержанием:
- 272) Процедура проведения ABC-анализа содержит следующие этапы:
- 273) Определите показатель фондоотдачи при следующих условиях:
- 274) Цена на товар падает с 10 000 руб. до 5 000 руб. Это увеличивает спрос с 5 ед. товара до 15 ед. Какова эластичность спроса на данный товар?
- 275) Определите показатель фондоотдачи при следующих условиях: Цена единицы продукции предприятия (P) – 15 рублей, Объем производства (Q) – 153690 штук, Стоимость основных средств на начало 2016 года – 116000 рублей, Стоимость основных средств на конец 2016 года – 140000 рублей.

