

**VI ВСЕРОССИЙСКАЯ ОЛИМПИАДА
МИЦ «Вектор развития: ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ»**

Ответьте на вопросы теста.

В каждом вопросе только один правильный вариант ответа.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ



1. Это такой подход к установлению цены на товар или на всю производимую продукцию, который обеспечивает выживание предприятия в складывающихся рыночных условиях:

- А.** Учетная политика предприятия.
- Б.** Ценовая стратегия предприятия.
- В.** Ценовая политика предприятия.

2. Предполагает установление цены на товар на таком уровне, который воспринимается как слишком высокий по отношению к его экономической ценности:

- А.** Стратегия нейтрального ценообразования.
- Б.** Стратегия ассортиментного ценообразования.
- В.** Стратегия дифференцированного ценообразования.
- Г.** Стратегия премиального ценообразования.
- Д.** Стратегия ценового прорыва.

3. Цена ФСА – «франко-перевозчик в указанном месте» означает, что:

- А.** Продавец выполнит свои обязательства по поставке (доставке) товара только после того, как передаст товар, прошедший таможенную очистку при экспортировании, в распоряжение назначенного покупателем перевозчика товара во взаимосогласованном месте:

- Б.** Продавец выполнил свои обязательства по поставке, если товар был передан в распоряжение покупателя на борту судна, но не прошел таможенную очистку в согласованном порту назначения.
- В.** Продавец выполнил свои обязательства по поставке тогда, когда поставил товар, очищенный от экспортных таможенных пошлин, в согласованный пункт и место на границе, но до поступления на таможенную границу соседней страны.

4. Фиксация цен, то есть ограничения на рыночное движение цены со стороны государственных и муниципальных органов могут проявляться в следующих формах:

- А.** Введение государственных преysкуранных цен.
- Б.** «Замораживание» на определенный период времени свободных рыночных цен.
- В.** Фиксирование цен естественных монополистов и предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке.
- Г.** Все ответы верны.

5. Стратегия снятия сливок заключается:

- А.** Продаже нового товара с низкой цены, чтобы товар как можно быстрее достиг стадии роста жизненного цикла, и в сравнительно короткий период за счет низкой цены для него был создан массовый рынок.
- Б.** Такой стратегии нет.
- В.** В последовательном ступенчатом охвате различных доходных сегментов рынка.

Деловое общение



6 Выделите признаки повседневных коммуникаций:

- А.** Происходят стихийно, без заранее сформулированной цели.
- Б.** Число обсуждаемых тем ограничено.
- В.** Свободно используются разнообразные вербальные и невербальные средства общения.
- Г.** Планируются заранее и направлены на реализацию поставленных целей.
- Д.** Ответ А и В.

- Е. Ответ Б и Г.
- 7 **Общение, реализуемое посредством устных и письменных сообщений:**
А. Вербальное.
Б. Невербальное.
В. Значимое.
- 8 **Основное средство коммуникации между людьми одной национальности:**
А. Территориальный диалект.
Б. Жаргон.
В. Литературный язык.
- 9 **Эффект ореола заключается в том, что:**
А. Приятному нам собеседнику мы склонны приписывать свои собственные достоинства, а неприятному – свои недостатки.
Б. Любая информация, получаемая о человеке, накладывается на тот образ, который уже был создан заранее.
В. Нет правильного ответа.
- 10 **Пространственная организация общения, изучение влияния территорий, ориентаций и дистанций между людьми на характер межличностного общения:**
А. Просодика.
Б. Проксемика.
В. Ориентология.

МАРКЕТИНГ



- 11 **К показателям эффективности маркетинга можно отнести показатели рыночной эффективности, показатели конкурентной эффективности, показатели деятельности клиента:**
А. ДА.
Б. НЕТ.
- 12 **На рынке, где много аналогичных товаров, чувствительность к изменениям цены высока, так как при**

росте цены покупатель может переключиться на один из многих товаров-заменителей:

А. ДА.

Б. НЕТ.

13 Набор правил, описывающих удобство клиента пользования сайтом компании:

А. Государственный реестр.

Б. СНИП.

В. Юзабилити.

14 Метод исследования поведения потребителей на основе измерения ценностей:

А. Шкала Шварца.

Б. Шкала Терстоуна.

В. Шкала Рокича.

15 Это группа товаров, выполняющих схожие функции, предназначенных одним и тем же клиентам в определенном ценовом диапазоне через однотипные торговые заведения:

А. Товарная номенклатура.

Б. Товарный ассортимент.

В. Товарное разнообразие.

МЕНЕДЖМЕНТ



16 Конечной целью менеджмента для коммерческих организаций является:

А. Обеспечение прибыльности или доходности в деятельности фирмы.

Б. Эффективное использование кадрового потенциала при одновременном повышении квалификации, творческой активности и лояльности каждого работника.

В. Нет правильного ответа.

Г. Ответ А и Б.

17 Это способность индивида влиять на других людей для достижения организационных целей:

А. Лидерство.

- Б. Власть.**
В. Харизма.
- 18** **Заключается в управлении деятельностью организации в целом или ее самостоятельных хозяйственных звеньев:**
А. Общий менеджмент.
Б. Функциональный менеджмент.
В. Нормативный менеджмент.
- 19** **В такой сети руководитель контролирует деятельность подчиненных. Число каналов может быть различным, но всегда есть центр, к которому они сходятся:**
А. Звезда.
Б. Круг.
В. Шпора.
- 20** **Носят характер согласования и являются, как правило, одноуровневыми:**
А. Диагональные связи.
Б. Вертикальные связи.
В. Горизонтальные связи.

Коммерция



- 21** **Особый товар, обладающий уникальными качествами, свойствами, выделяющийся из других товаров:**
А. Товар высший.
Б. Товар сложный.
В. Товар престижный.
- 22** **Принимают, формируют и отправляют небольшие заказы для конечных потребителей:**
А. Мелкооптовые/розничные склады.
Б. Региональные склады.
В. Склады предпродажной подготовки.

- Г. Склады готовой продукции.
- 23 Это риск, возникающий в процессе акта купли-продажи, а также осуществления сопутствующих коммерческих и технологических операций на уровне торгового предприятия:**
- А. Технологический риск.
 - Б. Валютный риск.
 - В. Коммерческий риск.
- 24 К специальным субъектам товарного рынка относятся:**
- А. Товарные биржи.
 - Б. Оптовые ярмарки.
 - В. Выставки-продажи.
 - Г. Все ответы верны.
- 25 Это общее количество производимых товарных единиц во всех ассортиментных группах:**
- А. Гармоничность товарной номенклатуры.
 - Б. Насыщенность товарной номенклатуры.
 - В. Широта товарной номенклатуры.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



- 26 Срок окупаемости инвестиционного проекта:**
- А. Срок со дня окончания финансирования инвестиционного проекта до дня, когда разность между накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объемом инвестиционных затрат приобретает положительное значение.
 - Б. Срок со дня начала финансирования инвестиционного проекта до дня, когда разность между накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объемом инвестиционных затрат приобретает отрицательное значение.
 - В. Срок со дня начала финансирования инвестиционного проекта до дня, когда разность между накопленной

суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объемом инвестиционных затрат приобретает положительное значение.

- 27 Инвестиционные проекты, финансирование которых планируется осуществлять полностью или частично за счет средств федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов, подлежат проверке:**
- А. На предмет эффективности использования направляемых на капитальные вложения средств.
 - Б. На предмет источников образования направляемых на капитальные вложения средств.
 - В. Не подлежат проверке.
- 28 Акционерный инвестиционный фонд кроме обыкновенных именных акций вправе размещать иные ценные бумаги:**
- А. ДА.
 - Б. НЕТ.
- 29 Приобретение основных средств производства, земли, недвижимости, оборудования, товарных знаков, брендов, повышение квалификации сотрудников это:**
- А. Финансовые инвестиции.
 - Б. Реальные инвестиции.
 - В. Спекулятивные инвестиции.
- 30 Краткосрочное инвестирование капитала и денежных средств в государственные валюты, золото с целью сверхбыстрого получения прибыли:**
- А. Финансовые инвестиции.
 - Б. Реальные инвестиции.
 - В. Спекулятивные инвестиции.

ЖЕЛАЕМ УДАЧИ!