

Итоговые тесты по учебной дисциплине:

ОП 07. Основы экономики, менеджмента и маркетинга

1. Тест по разделу «Основы экономики»

1. Что из перечисленного изучает микроэкономика?

- а) Национальную экономику, как целостную систему;
- б) Производство в масштабе всей страны;
- в) Изменение общего уровня цен;
- г) Численность безработных в стране;
- д) Производство зерна и динамику его цены;
- е) Ничего из перечисленного.

2. Экономическая теория изучает:

- а) Деньги, банковскую систему, финансовый капитал;
- б) Производство и обмен товарами;
- в) Цены, занятость, доходы.
- г) Как общество использует ограниченные ресурсы для производства различных товаров и услуг в целях удовлетворения потребностей его членов;
- д) Материальные и духовные потребности.

3. Кривая производственных возможностей показывает:

- а) Лучшую из возможных комбинаций двух товаров;
- б) Полное использование ресурсов для производства двух товаров;
- в) Альтернативные издержки на производство товаров;
- г) Точные количества двух товаров, которые экономика намерена производить;
- д) Альтернативную комбинацию объема производства двух товаров при полном использовании данного количества

4. Укажите, какая экономическая школа, из ниже указанных, считала предметом своей науки богатство страны:

- а) классическая экономическая теория;
- б) физиократы;
- в) меркантилизм;
- г) все вышеперечисленное.

5. Альтернативная стоимость строительства нового учебного заведения:

- а) деньги на оплату преподавателей;
- б) затраты на строительство здания в текущих ценах;
- в) сумма налога на добавленную стоимость;
- г) другие товары и услуги, от которых пришлось отказаться в пользу строительства данного учебного заведения

6. Товарное хозяйство - это:

- а) хозяйство с большим объемом производимых товаров;
- б) производство товаров и услуг для продажи;
- в) изготовления качественных продуктов для внутренних нужд производителя;
- г) хозяйство, в котором применяются современные машины и оборудование;
- д) все предыдущие ответы верны.

7. Собственность, как экономическая категория - это:

- а) принадлежность объекта субъекту, право пользования объектом;
- б) право владения, распоряжения, пользования в совокупности;
- в) совокупность экономических отношений, связанных с присвоением условий производства и его результатов;
- г) нечего из перечисленного.

8. Чего, скорее всего, нет в командной экономике:

- а) Планирования от достигнутого;
- б) Несправедливого распределения благ;
- в) Назначаемых чиновниками цен;
- г) Ориентации производителей в основном на платежеспособный спрос;
- д) Все предыдущие ответы неверны.

9. Рынок как экономическая система представляет:

- а) систему хаоса, анархии и неопределенности;
- б) сложный механизм координации, действующий через систему рынков, цен, прибылей, убытков, конкуренции;
- в) систему экономических отношений производителей и потребителей;
- г) систему, предполагающую широкое использование капитала с целью повышения эффективности экономики;
- д) ни одно из утверждений не является верным.

10. Говоря о «невидимой руке» рынка, А.Смит полагал, что поведение производителей и покупателей определяется:

- а) благотворительными (альтруистическими) мотивами;
- б) стремлением реализовать частые экономические интересы, направленные на получение максимальной выгоды;
- в) разделением труда и специализацией производителей;
- г) денежными доходами населения.

11. Рыночная экономика служит общественным интересам, когда отдельные хозяйственные субъекты преследуют свои собственные экономические интересы, потому что:

- а) существует социальная ответственность руководителей бизнеса;
- б) существуют конкурентные рынки;
- в) рыночный механизм координируется и регулируется государством;
- г) отдельные предприниматели проявляют понимание общественного интереса.

12. Решение проблемы «что производить» в рыночной экономике зависит от:

- а) уровня специализации производителей и их кооперации друг с другом;
- б) размеров государственного финансирования отраслей народного хозяйства;
- в) развития конкурентных рынков;
- г) от динамики и объема потребительского спроса.

13. Для современных условий характерна:

- а) социальная рыночная экономика, обеспечивающая социальную защищенность трудящихся и гарантии нормальных условий жизни для каждого человека;
- б) рыночная экономика без социальных регуляторов и гарантий;
- в) «дикая» рыночная экономика с разгулом анархии и криминалитета;
- г) сложный механизм координации экономики, действующий через систему цен и рынков.

14. Кривая спроса на товар сдвинулась вправо и вверх. Какие события могли вызвать этот сдвиг?

- а) падение цен на товар - субститут (заменитель);
- б) падение цен на дополнительный товар;
- в) падение цен на сырье и материалы, используемые для производства данного товара;
- г) снижение потребительских доходов;
- д) снижение налога на добавленную стоимость.

15. Среди указанных ниже факторов отметьте те, которые не вызывают сдвига кривой спроса:

- а) размеры доходов потребителей;
- б) возраст потребителей;
- в) вкусы и предложения покупателей;
- г) повышение цены на товар;

16. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если:

- а) спрос равен предложению;
- б) цена равна издержкам производства плюс прибыль;
- в) величина предложения равна величине спроса;
- г) государство устанавливает верхний предел роста цен;
- д) цена на товар или услуга не изменяется длительное время.

17. Кривая предложения показывает:

- а) при снижении цены на товар растет величина спроса;
- б) с ростом цены товара растет объем предложений;
- в) с падением цены товара снижается предложение;
- г) при снижении издержек производства увеличивается предложение.

18. Эластичность спроса по цене будет выше, если:

- а) товар не имеет заменителей;
- б) данный товар для потребителя является товаром первой необходимости;
- в) покупатели расходуют на покупку этого товара незначительную долю своего дохода;
- г) относительной изменение объема спроса больше, чем относительное изменение цен.

19. Какое из следующих утверждений относится к характеристике эластичного предложения:

- а) кривая предложения представляет собой вертикальную линию;
- б) коэффициент ценовой эластичности предложения равен 0,75;
- в) рост цены на 1 % приводит к увеличению величины предложения на 2 %;
- г) любое изменение цены не приводит к изменению объема выручки.

20. Если потребитель выбирает комбинацию товаров, представленную точкой, лежащей левее бюджетной линии, то он:

- а) максимизирует показатель;
- б) не полностью использует свой бюджет;
- в) находится в положении потребительского равновесия;
- г) желает купить товаров больше, чем позволяет его бюджет;
- д) ни один из ответов не является верным.

Ответы на тест «Основы экономики»

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	

2. Тест по разделу «Основы менеджмента»

Инструкция: выберите один или несколько правильных ответов.

1. Управление – это:

1. Процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей.
2. Особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу.
3. Эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

2. Менеджмент – это:

1. процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей.
2. Особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу.
3. Эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

3. Кто относится к среднему уровню менеджеров?

1. Заместители.
2. Руководители подразделений.
3. Руководители групп.

4. Функции менеджмента бывают:

1. Функции общие и индивидуальные.
2. Функции специфические.
3. Функции мотивации;

5. Выберите правильные функции менеджмента:

1. Планирование.
2. Распределение.
3. Стимулирование.

6. Планирование – это:

1. Управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время.
2. Перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития.
3. Обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.

7. Сформулируйте задачи планирования:

1. Перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития.
2. Обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.
3. Создание базы для эффективного контроля путем сравнения показателей.

8. По форме планирование бывает:

1. Tактическое.
2. Конкретное.
3. Перспективное.

9. Необходимость планирования заключается в определении:

1. Допустимых ошибок.
2. Задач, решение которых необходимо для достижения целей.
3. Основной задачи из множества других задач.

10. Организация – это:

1. Процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей.
2. Особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу.
3. Это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

11. Установление постоянных и временных связей между всеми подразделениями организации осуществляет функция:

1. Планирования.
2. Организации.
3. Контроля.

12. Выберите принципы организации менеджмента:

1. Принцип учета потребностей и интересов.
2. Принцип закономерности.
3. Принцип влиятельности.

13. Функции административно-оперативного управления:

1. Определение структуры предприятий.
2. Периодическое или непрерывное сравнение.
3. Установление ответственности.

14. Назовите функции менеджмента:

1. Ритмичность;
2. Мотивация;
3. Законность.

15. Тип власти, который может использовать менеджер:

1. Экспертная.
2. Эталонная.
3. Законная.

16. Влияние – это:

1. Поведение одного человека, которое вносит изменение в поведение другого человека.
2. Волевое отношение между людьми, основанное на силе.
3. Убеждение человека в чем-либо.

17. Назовите форму влияния, которая может побудить человека к более тесному сотрудничеству:

1. Убеждение;
2. Принуждение;
3. Участие сотрудников в управлении.

18. Задачи контроля:

1. Сбор и систематизация информации о фактическом состоянии деятельности.
2. Оценка состояния и значимости полученных результатов.
3. Разработка и принятие решений.

19 Анализ – это:

1. Это управленческая деятельность, обеспечивающая выявление причин отклонения желаемого состояния системы от фактического и осуществляющая разработку мер по устранению выявленных недостатков.
2. Управленческая деятельность, направленная на ликвидацию отклонений от заданного режима управления.
3. Это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспособляется для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

20. Назовите психологические методы управления:

1. Метод профессионального отбора.
2. Метод социального нормирования.
3. Метод гуманизации труда.

21. Какие приемы используются при психологических методах управления?

1. Интервью.
2. Беседы.
3. Тесты.
4. Наблюдения.

22. Назовите социальные методы управления:

1. Метод профессионального отбора.
2. Метод социального нормирования.
3. Метод гуманизации труда.

23. Назовите причины конфликтов:

1. Психологическая совместимость
2. Конкуренция.
3. Режимы труда и отдыха.
4. Сотрудничество.

24. Путь разрешения конфликтов:

1. Премирование.
2. Компромисс.
3. Поездка на природу.
4. Гласное обсуждение.

25. Стресс – это:

1. Перегрузка нервной системы.
2. Рассеянность.
3. Вегетативно-психологическое состояние.
4. Увольнение с работы.

26. Руководитель авторитарного стиля руководства:

1. Много работает, требует этого от других.
2. Много работаем сам.
3. Делится властью с подчиненными.
4. Ценить подчиненных.

27 Руководитель демократического стиля руководства.

1. Не терпит критики.
2. Ждет указаний сверху.
3. Избегает конфликтов.
4. Коллегиально решает проблемы коллектива.

28. Технология принятия управленческих решений в порядке их разрешения.

1. Одобрение.
2. Реализация.
3. Подготовка.

29. Что относится к методам принятия управленческих решений:

1. Мозговая атака.
2. Организация.
3. Формулировка.
4. Форма контроля.

30. Деловая репутация организации представляет собой:

1. Способность справляться с более сложными и масштабными проблемами.
2. Систему ценностей и норм, которые разделяются сотрудниками организации и определяют их организационное поведение.
3. Устойчивое мнение о качествах и достоинствах организации в деловом мире или определенном сегменте рынка.

Ответы на итоговый тест по Основам менеджмента

№	Ответ	№	Ответ	№	Ответ
1		11		21	
2		12		22	
3		13		23	
4		14		24	
5		15		23	
6		16		26	
7		17		27	
8		18		28	
9		19		29	
10		20		30	

3. Тест по разделу «Основы маркетинга»

1. Деление рынка на четкие группы потребителей — это...

- а) спрос;
- б) маркетинг;
- в) сегментация.

2. Определите вид спроса в ситуации, когда целевые потребители не заинтересованы в товаре или безразличны к нему:

- а) падающий спрос;
- б) отсутствие спроса;
- в) негативный спрос.

3. Концепция, ориентированная на нужды и потребности клиентов.

- а) концепция маркетинга;
- б) концепция совершенствования товара;
- в) концепция совершенствования производства.

4. Товары, обеспечивающие фирме растущий объем продаж в короткие сроки

- а) «дойные коровы»;
- б) «звезды»;
- в) «дикие кошки».

5. Стадия жизненного цикла товара, характеризующаяся постепенным удовлетворением спроса и замедлением объема продаж, продолжительностью во времени...

- а) стадия внедрения;
- б) стадия роста;
- в) стадия зрелости.

6. Товары по характеру спроса подразделяются на:

- а) повседневные;
- б) отечественные;
- в) серийно выпускаемые.

7. Уровень товара, предполагающий основную выгоду или услугу:

- а) товар по замыслу;
- б) товар в реальном исполнении;
- в) товар с подкреплением.

8. Конечной целью маркетинга является:

- а) максимизация прибыли;
- б) производство товаров новинок;
- в) стимулирование продаж.

- 9. Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена - это**
- а) торговля;
 - б) менеджмент;
 - в) маркетинг.
- 10. Все, что может удовлетворить нужду:**
- а) потребность;
 - б) товар;
 - в) запрос.
- 11. Служащий компании, занимающийся анализом, планированием, претворением в жизнь намеченного функциями контроля - это**
- а) менеджер;
 - б) торговый агент;
 - в) управляющий по маркетингу.
- 12. Всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара - это**
- а) методы стимулирования;
 - б) реклама;
 - в) пропаганда.
- 13. Постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов, предназначенная для сбора информации - это**
- а) система маркетинговых исследований;
 - б) система маркетинговой информации;
 - в) рынок.
- 14. Набором совершенных методов анализа маркетинговых данных и проблем маркетинга называется:**
- а) наблюдение;
 - б) эксперимент;
 - в) система анализа маркетинговой информации.
- 15. Самым распространенным орудием исследования при сборе первичных данных называется:**
- а) анкета;
 - б) опрос;
 - в) интервьюирование.
- 16. Материальные изделия, которые выдерживают обычно многократное использование - это**
- а) товары кратковременного использования;
 - б) недвижимость;
 - в) товары длительного использования.

17. Товары, которые потребитель перед покупкой, как правило, сравнивает между собой по показателям пригодности, качества, цены и внешнего оформления - это

- а) товары повседневного спроса;
- б) товары предварительного выбора;
- в) услуги.

18. Часть марки, которую можно опознать, но невозможно произнести - это

- а) товарный знак;
- б) марочный знак;
- в) марка.

19. Товар с определенным набором свойств, предлагаемый на продажу - это

- а) товар в реальном исполнении;
- б) товар по замыслу;
- в) товар с подкреплением.

20. Процесс развития продаж товара и получения прибылей, состоящий из четырех этапов - это

- а) товародвижение;
- б) стимулирование сбыта;
- в) жизненный цикл товара.

21. Денежная сумма, взимаемая за конкретный товар - это

- а) цена;
- б) себестоимость;
- в) стоимость.

22. Любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг от имени известного спонсора - это

- а) реклама;
- б) пропаганда;
- в) личные продажи.

23. Чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо - это

- а) нужда;
- б) потребность;
- в) запрос.

24. Сочетание четырех составляющих: товара, цены, методов распространения и методов стимулирования - это

- а) жизненный цикл товара;
- б) комплекс маркетинга;
- в) элементы маркетинга.

25. Практика установления на вновь изобретенный товар максимально высокой цены, которая делает выгодным восприятие новинки лишь некоторыми сегментами рынка, а фирме позволяет получать максимально возможный доход - это

- а) установление цен для стимулирования сбыта;
- б) стратегия прочного внедрения на рынок;
- в) стратегия «снятия сливок».

Ответы на тест «Основы маркетинга»

№ вопроса	Ответы
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	