Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация
«Современный гуманитарный колледж»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Уровень подготовки
базовый
(наименование профиля подготовки)

Квалификация (степень) выпускника
Менеджер по продажам

Форма обучения
заочная

Рабочая программа составлена с учетом федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04. «Коммерция (по отраслям)», приказ Минобрнауки № 539 от 15.05.2014.

Утверждена на заседании педагогического совета «02» июня 2018 г.

1. **Цели и задачи производственного модуля:**

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:
получить практический опыт:
приемки товаров по количеству и качеству;
составления договоров;
установления коммерческих связей;
соблюдения правил торговли;
выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации;
эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда;
научиться:
устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение;
управлять товарными запасами и потоками;
обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству;
оказывать услуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли;
устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли;
эксплуатировать торгово-технологическое оборудование;
применять правила охраны труда, экстренные способы оказания помощи пострадавшим, использовать противопожарную технику;
узнать:
составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности;
государственное регулирование коммерческой деятельности;
инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;
организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию;
услуги оптовой и розничной торговли: основные и дополнительные;
правила торговли;
классификацию торгово-технологического оборудования, правила его эксплуатации;
организационные и правовые нормы охраны труда;
причины возникновения, способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимаемые меры при их возникновении;
технику безопасности условий труда, пожарную безопасность.

2. **Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Вид учебной работы	**Объем часов**
Рекомендуемой аудиторной учебной нагрузки обучающегося по ФГОС	320
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по заочной форме обучения	72
В том числе:	
Лекции	30
Практические занятия	42
Контрольные работы	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	248
Итоговая аттестация	Экзамен

3. Место профессионального модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью является частью основной профессиональной образовательной программы базовой подготовки в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.

ПК 2. На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.

ПК 3. Принимать товары по количеству и качеству.

ПК 4. Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.

ПК 5. Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.

ПК 6. Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг.

ПК 7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.

ПК 8. Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.

ПК 9. Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.

ПК 10. Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 используется в профессиональной подготовке по рабочим профессиям 12965 Контролер кассир; 17353 Продавец продовольственных товаров.

4. Требования к результатам освоения профессионального модуля.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- приемки товаров по количеству и качеству;
- составления договоров;
- установления коммерческих связей;
- соблюдения правил торговли;
- выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации;
- эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдение правил охраны труда;

уметь:

- устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение;
- управлять товарными запасами и потоками;
- обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству;
- оказывать услуги розничной торговли с соблюдением Правил торговли, действующего законодательства, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли;
- устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли;
- эксплуатировать торгово-технологическое оборудование;
- применять правила охраны труда, экстренные способы оказания помощи пострадавшим, использовать противопожарную технику;
- *формулировать записи в преамбуле и предмете контракта внешнеэкономической деятельности;*
- *применять и анализировать технологии мерчандайзинговых продаж*

знать:

- о*сновные понятия: коммерция*
- составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности, *формы коммерческой деятельности*;
- *структуру коммерческих служб, квалификационные характеристики работников;* государственное регулирование коммерческой деятельности, *направления государственного регулирования;*
- *информационное обеспечение коммерческой деятельности и методы защиты информации;*
- инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;
- *сущность материальных потоков;*
- *предпринимательские риски и успехи банкротство;*
- *внешнеэкономическая деятельность: формы и участники, операции и контакты, формы расчетов;*
- *систему государственного регулирования внешнеторговой деятельности*
- *технологическое решение магазинов;*
- организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию;
- *технологию товародвижения в магазине;*
- услуги оптовой и розничной торговли: основные и дополнительные;
- правила торговли;
- классификацию торгово-технологического оборудования, правила его эксплуатации;
- *характеристику и организацию технического обслуживания торгового оборудования*;

- *систему защиты товаров*;
- организационные и правовые нормы охраны труда;
- *условия труда, его охрану и вредные производственные факторы;*
- причины возникновения, способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимаемые меры при их возникновении;
- технику безопасности условий труда, пожарную безопасность;
- *организационно-правовые формы предприятий торговли;*
- *технологические решения магазинов;*
- *особенности устройства и планировки складов;*
- *объекты и технологию мерчандайзинга в розничной торговле;*
- *мерчандайзинговые метолы продаж.*

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Организация и управление торговосбытовой деятельностью, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	**Наименование результата обучения**
ПК 1.1	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.
ПК 1.2	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.
ПК 1.3	Принимать товары по количеству и качеству
ПК 1.4	Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.
ПК 1.5	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли
ПК 1.6	Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг.
ПК 1.7	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.
ПК 1.8	Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.
ПК 1.9	Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.
ПК 1.10	Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 8.	Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения
ОК 9.	Пользоваться иностранным языком как средством делового общения
ОК 10.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь

ОК 11.	Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и население от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий
ОК 13.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)

5. Структура и содержание профессионального модуля

Общие требования к организации образовательного процесса

Теоретические занятия проводятся в учебном кабинете «Организация коммерческой деятельности» и лаборатории «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда», где рассматриваются темы для получения знаний по МДК. 01.01 Организация коммерческой деятельности, МДК. 01.02 Организация торговли, МДК. 01.03 Технической оснащение торговых организаций и охрана труда, которые закрепляются письменным и устным опросом, тестированием и экзаменом по пройденным разделам.

Учебная практика **УП.01** проводится рассредоточено по МДК.01.02 **Организация торговли** и МДК.01.03 **Технической оснащение торговых организаций и охрана труда**, чередуясь с теоретическими занятиями. При проведении учебной практики не предусмотрено деление учебной группы студентов на подгруппы.

Обязательным условием допуска к учебной практике в рамках профессионального модуля Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью является освоение студентами обязательного учебного материала по соответствующей теме разделов модуля и получением допуска к выполнению заданий учебной практики.

Практика по профилю специальности ПП.01 проводится концентрированно, после окончания изучения МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности.

Обязательным условием допуска к практике по профилю специальности является сдача экзамена по МДК.01.01 Организация коммерческой деятельности.

Для успешного выполнения самостоятельных заданий в процессе освоения ВПД Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью со студентами проводятся групповые тематические консультации.

Освоению ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью предшествует изучение таких дисциплин как:

- дисциплины математического и общего естественнонаучного цикла: Математика

- общепрофессиональные дисциплины профессионального цикла: Основы бухгалтерского учета; Документационное обеспечение управления; Экономическая теория.

МДК.01.01. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Вид учебной работы	Объем часов
Рекомендуемой аудиторной учебной нагрузки обучающегося по ФГОС	108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по заочной форме обучения	24
В том числе:	
Лекции	10
Практические занятия	14
Контрольные работы	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	84
Итоговая аттестация	Экзамен

Структура и примерное содержание профессионального модуля

№№	Тема	Количество часов		
		Всего	Лекции	Практические, семинарские
1.	Основы коммерческой деятельности	2	2	-
2.	Инфраструктура коммерческой деятельности	4	2	2
3.	Организация коммерческих связей	4	2	2
4.	Коммерческая работа по оптовым закупкам	4	2	2
5.	Коммерческая работа по оптовой продаже	2	-	2
6.	Транспортное обеспечение коммерческой деятельности	4	2	2
7.	Психология и этика коммерческой деятельности	2	-	2
8.	Экономическая эффективность коммерческой деятельности	2	-	2
	ИТОГО	24	10	14

МДК.01.02. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ

Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Вид учебной работы	Объем часов
Рекомендуемой аудиторной учебной нагрузки обучающегося по ФГОС	108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по заочной форме обучения	14
В том числе:	
Лекции	4
Практические занятия	10
Контрольные работы	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	94
Итоговая аттестация	Экзамен

Структура и примерное содержание профессионального модуля

№№	Тема	Количество часов		
		Всего	Лекции	Практические, семинарские
1.	Оптовая торговля	2		2
2.	Логистика склада	2	-	2
3.	Технология работы склада	4	2	2
4.	Услуги оптовой торговли	4	2	2
5.	Розничная торговля	4	2	2
6.	Технологический процесс в розничном торговом предприятии	4	2	2
7.	Добровольная сертификация услуг оптовой и розничной торговли	4	2	2
	ИТОГО	24	10	14

МДК.01.03. ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОХРАНА ТРУДА

Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Вид учебной работы	Объем часов
Рекомендуемой аудиторной учебной нагрузки обучающегося по ФГОС	106
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по заочной форме обучения	24
В том числе:	
Лекции	10
Практические занятия	14
Контрольные работы	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	82
Итоговая аттестация	Экзамен

Структура и примерное содержание профессионального модуля

№№	Тема	Количество часов		
		Всего	Лекции	Практические, семинарские
1.	Научно-технический прогресс в торговле	2	2	-
2.	Мебель для торговых организаций. Торговый инвентарь	4	2	2
3.	Измерительное оборудование	4	2	2
4.	Оборудование для расчетов с покупателями	4	2	2
5.	Холодильное оборудование	2	-	2
6.	Оборудование для приготовления и продажи напитков. Торговые автоматы.	4	2	2
7.	Системы защиты товаров	2	-	2
8.	Правовые и организационные основы охраны труда	2	-	2
	ИТОГО	24	10	14

Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), ** часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
ПК 1	**Раздел 1.** Участие в установлении коммерческих отношений	**96**	**64**	26		**32**			
ПК2-4	**Раздел 2.** Организация работы на складе и управление товарными запасами.	90	**60**	**30**		30			
ПК5-6	**Раздел3.**Оказание основных и дополнительных услуг.	15	**10**			**5**			
ПК 7-8	**Раздел 4.** Применение методов,средств, приёмов менеджмента в	18	**12**	**4**		6		**-**	

	коммерческой деятельности								
ПК-9	**Раздел5** Использование методов и приёмов статистики в коммерческой деятельности.	6	**4**			2			
ПК 10	**Раздел6.** Эксплуатация торгово-технологического оборудования	54	**36**	**18**		18			
	Курсовая работа	45	30		30	15			
	Производственная практика, (по профилю специальности), часов		54						36
Всего:		**324**	**216**			**108**			

1 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ01.)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	**Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)**	**Объем часов**	**Уровень освоения**
1	**2**	**3**	**4**
Раздел ПМ01. Участие в		**64**	

установлении контактов.				
МДК0 1.01 Организация коммерческой деятельности				
Тема 1.1. Сущность и содержание коммерческой работы.	**Содержание**		**14**	
	1	**Сущность коммерческой деятельности.** **Условия коммерческой деятельности История развития.**		**1**
	2	**Психология и этика коммерческой деятельности** Личностные требования к коммерческому работнику. Организация переговоров. Этикет предпринимателя.		**2**
	3	**Организация хозяйственных связей** Коммерческая информация и её защита. Сущность сделки и её виды. Договорная работа в коммерческой деятельности. Основные статьи договоров.		**2**
	4.	**Договора купли продажи**.. Договор поставки. Коммерческо- правовые комментарии основных условий договора поставки. Договор контрактации.Государственный контракт.		
	Практические занятия.		6	
	1	Составление договора поставки.	4	
	2	Составление претензии.Расчёт санкций.	2	
Тема 1.2Коммерческие структуры.	Содержание		**6**	
	1	Участники коммерческой деятельности.Коммерческие и некоммерческие организации.Учредительные документы..Организационно- правовые формы предпринимательской деятельности.		

	Практические занятия		4	
	1	Составление учредительных документов		
Тема 1.3Формы и методы расчётов	Содержание		**2**	
	1	Наличная форма расчётов. Безналичные формы расчётов: Расчёты платёжными поручениями, расчёты чеками, аккредитивная форма, расчёты с использованием векселей. Клиринг.		
Тема 1.4Организация коммерческой деятельности предприятий.	Содержание		**28**	
	1	Планирование закупочной деятельности. Изучение рынка сырья и материалов. Стратегия закупки. Определение потребности в материалах .Определение целесообразной партии закупки.		
	2.	Изучение и поиск коммерческих партнёров. Выборы поставщика. Контроль и учёт поступивших материалов.		
	3.	Приёмка продукции. Приёмка по количеству. Приёмка по качеству. Акты о несоответствии товаров. Товаросопроводительные документы.		
	4	Роль ярмарки в закупочной работе. Значение и виды ярмарок. Организация работы ярмарки. Порядок заключения договоров на ярмарках.		

	5	Сбытовая коммерческая деятельность. Сущность сбытовой работы. Виды сбыта, каналы. Планы сбыта. Оперативно- сбытовая работа.		
	6	Планирование и прогнозирование сбыта. Расчёт плана сбыта. Определение доходности от продаж.		
	7	Аукционная форма торговли. Виды аукционов. Организация аукционной торговли. Организация проведения тендеров.		
	8	Биржевая торговля .Порядок создания товарной биржи. Виды сделок на бирже. Организация биржевых операций.		
	Практические занятия		12	
	1	Расчёт стратегии снабжения. Расчёт потребности материалов.		
	2.	Выборы поставщика.		
	3	Определение целесообразной партии закупки.		
	4	Расчёт объёма сбыта разными методами.		
	5.	Определение объективной цены продажи товара.		
Тема.1.5Организация экспортно- импортных операций	Содержание		**4**	
	1	Понятие внешнеэкономической деятельности. Виды внешнеторговых операций. Международные торговые организации.		
	2	Товарная классификация и государственное регулирование ВЭД. Товарная классификация. Тарифное регулирование. Нетарифное регулирование. Декларирование и лицензирование товаров. Товарная номенклатура и сертификация импортируемой продукции.		

Тема 1.6 Организация лизинговых и факторинговых операций. Франчайзинг.	Содержание		**10**	
	1	Лизинговая форма отношений. Понятие лизинга. Виды. Расчёт лизинговой платы.		
	2	Факторинговая деятельность. Механизм факторинговой операции. Факторинг - форма краткосрочного кредитования.		
	3	Франчайзинговая деятельность.. Виды франчайзинга. Правовое регулирование франчайзинга.		
	Практические занятия		4	
	1.	Расчёт лизинговой платы		
	2	Составление договора лизинга.		
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение требований ГОСТ Р.6-30- 2003 по документации . Работа над курсовым проектом. **Примерная тематика домашних заданий:** 1. Составление схемы переговоров. 2. Составление спецификации к договору.. 3. Оформление протокола разногласий.. 4. Разработка приёмов поведения при нечестных приёмах ведения переговоров. 6. Составление разделов договора. 7.Расчёт цен на продукцию.				
Производственная практика (по профилю специальности)Виды работ: - участие в ведении переговоров; - организация переговорного процесса, подготовка дополнительной информации; - проектирование технологического маршрута изготовления детали с выбором типа оборудования;				

- участие в организации работы по предъявлении претензии; - ознакомление с особенностями составления договоров; - оформление договоров.				
Раздел ПМ 2 Организация работы на складе и управление товарными запасами			**60**	
МДК01.0 2. Организация торговли			**60**	
Тема 2.1.Инфраструктура оптовой торговли.	**Содержание**		**2**	
	1.	Содержание и функции оптовой торговли. Виды оптовых торговцев. Функции оптовых торговцев.	2	**3**
Тема 2.2Устройство товарного склада.	Содержание		8	**3**
	1	**Назначение склада и его характеристика.** Роль складов, функции. Виды складов и их характеристика. Устройство и планировка склада.	2	**3**
	2	**Оборудование в складе.** Механизация и автоматизация технологического процесса на склада .Подъёмно- транспортное оборудование. Складское оборудование. Весоизмерительное и фасовочное оборудование.	2	**3**
	Практические занятия		4	**3**
	1	**Расчёт площади хранения.**		
	2.	**Расчёт технико- экономических показателей склада.**		
Тема 2.3 Организация и	**Содержание**			

технология складских операций			12	
	1.	**Содержание торгово- технологического процесса.** Технология поступления и разгрузки.Приёмка по количеству и качеству.Технология размещения , укладки и хранения.Технология отпуска товара.	2	**2**
	2	**Организация труда и управление технологическим процессом на складе.**	2	**2**
	Практические занятия		8	
	1	Составление акта приёмки товара.		
	2	Составление технологической карты.		
Тема 2.4. Тара и упаковка	**Содержание**		**6**	
	1	**Роль тары и упаковки в процессе товародвижения.** Виды тары. Функции и требования к упаковке. Унификация и стандартизация тары.. Новые виды тары.	2	**2**
	Практические занятия.		4	
	1	Расчёт потребности в таре		
Тема 2.5Организация транспортно-экспедиционных операций	**Содержание**		8	**3**
	1	Виды транспорта, их достоинства и недостатки. Технико- эксплуатационные показатели работы транспорта.	2	**3**
	2	Организация перевозки грузов железнодорожным и автомобильным транспортом. Железнодорожный транспорт. Железнодорожная маркировка. Погрузка грузов в вагон. Отправка грузов.. Тарифы на жд.перевозки. Автомобильный транспорт. Виды тарифов.	2	**3**
	3	Организация перевозок водным и воздушным транспортом Основные документы при перевозке морским транспортом. Внутренний водный транспорт. .Организация перевозки воздушным транспортом.	2	3
	4	Товароснабжение розничной торговой сети Централизованная и децентрализованная доставка. Маршруты завоза товаров.	2	3
Тема 2.6Инфрастуктура	Содержание		24	

розничной торговли и торговый ассортимент	1	Основные виды розничных предприятий. .Устройство и технологическая планировка магазина.	2	**3**
	2	Размещение и выкладка товаров. Мерчендайзинг. Методы продажи	2	**2**
	3	Управление торгово- технологическим процессом в магазине. Основные функции управления .Основные черты технологического процесса .Методы управления покупательскими потоками.. Формы организации труда.	2	**3**
	4	Формирование ассортимента и управление запасами. Ассортимент товаров .Характеристика ассортимента .Планирование ассортимента товаровТоварные запасы. Расчёт товарных запасов.	2	**3**
	5	Управление товарными запасами. Роль товарных запасов в обеспечении устойчивости ассортимента.Системы управления запасами.	2	**3**
	Практические занятия		14	3
	1	Расчёт товарного запаса.		
	2	Расчёт изменения структуры торгового ассортимента.		
	3	Определение форм и методов продажи.		
	4	Расчёт цен.		
	5	Решение ситуаций по правилам продажи товаров.		
Самостоятельная работа при изучении раздела2 ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы . Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Работа над курсовым проектом				
Примерная тематика домашних заданий: Расчёт грузооборота, товарооборота, товарооборачиваемости, составление схемы контроля запасов, составление ассортиментного перечня.				
Раздел 3ПМ 1. Оказание основных и дополнительных услуг..			**10**	**3**
МДК 01.01 Организация				

коммерческой деятельности				
Тема 3.1. Организация сертификации	**Содержание**		**4**	
	1	**Порядок сертификации.** Общие положения системы сертификации. подача заявки на сертификацию.		**3**
	2	Услуги розничной торговли. Торговые услуги: реализация товаров,оказание помощи покупателю, информационно- консультационные услуги.,создание удобств покупателям.		**2**
				2
				3
Тема 3.2Организация рекламно-информационной деятельности	**Содержание**		6	
	1	Сущность рекламы. Социально- психологические основы рекламы. Психология потребительской мотивации. Виды рекламных средств. Устройство и оборудование витрин.		
	2	Основы разработки рекламных объявлений. Методика разработки текста. Правила создания рекламы. Эффективность рекламной деятельности.		
	3	Система маркетинговых коммуникаций. Реклама. Коммерческая пропаганда. Стимулирование сбыта.Личная продажа. Создание фирменного стиля.		**2**
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических				

работ, отчетов и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение требований ГОСТ Р.6-30- 2003 по документации . Работа над курсовым проектом. **Примерная тематика домашних заданий:** 1. Составление рекламы. 2. Разработка фирменного стиля создаваемого предприятия 3. Расчёт эффекта от рекламной деятельности 4. Подготовка презентаций по услугам торговых предприятий. 6. Составление заявки на сертификацию.				
Раздел 4 ПМ Применение методов средств, приёмов менеджмента в коммерческой деятельности.			**12**	
МДК0 1.01 Организация коммерческой деятельности				
Тема4.1Управление коммерческой службой	**Содержание**		**12**	
	1	Принципы управления коммерческой деятельностью. Основные функции коммерческой службы. Организационная структура коммерческой службы, факторы влияющие на структуру. Структура оптовой фирмы. Коммерческие группы. Бюджетный метод управления.		
Тема 4.2 Государственное регулирование коммерческой деятельности	**2**	Принципы и направления государственного регулирования коммерческой деятельности. Задачи регулирования. Антимонопольное регулирование. Направления поддержки малого бизнеса.		

Тема4.3Бизнес планирование в коммерческой деятельности	**3**	Оперативное планирование. Содержание бизнес- плана. Предпринимательские риски , их оценка. Финансовые документы заключительного раздела бизнес плана.: прогноз объёмов реализации, баланс денежных расходов и приходов, график безубыточности .Ресурсное обеспечение бизнеса . Учёт постоянных и переменных затрат.		
Тема4.4Внутрифирменное планирование	**4**	Задачи планирования. Содержание, формы и методы стратегического планирования. Основные этапы планирования. Общая среда , её факторы. Стратегические зоны на рынке. Факторы сравнительной конкурентоспособности фирмы.		
	Практические занятия **1Расчёт безубыточности коммерческой деятельности**		**4**	
Самостоятельная работа при изучении раздела4 ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение требований ГОСТ Р.6-30- 2003 по документации . Работа над курсовым проектом. **Примерная тематика домашних заданий:** 1. Составление разделов бизнес- плана. 2. Оценка конкурентоспособности рынка. 3. Определение миссии предприятия. 4. Расчёт объёмов безубыточности 6. Оценка предпринимательских рисков.				
Раздел 5ПМ Использование методов			**4**	

и приёмов статистики в коммерческой деятельности.				
МДК0 1.01Организация коммерческой деятельности				
Тема5.1 Показатели анализа эффективности коммерческой деятельности	**Содержание**		**4**	
	1	Анализ коммерческой деятельности. Анализ сбыта.Анализ выполнения договорных обязательств. Анализ качества поставляемой продукции. Анализ показателей результативности. Анализ влияния сбыта на прибыль		
	2	Анализ закупочной деятельности .Анализ качества определения потребности. Анализ выполнения договорных обязательств. Анализ затрат на закупку. анализ использования производственных запасов		
Самостоятельная работа при изучении раздела4 ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Работа над курсовым проектом. **Примерная тематика домашних заданий:** 1.Расчёт прибыли от продажи продукции. 2.Оценка выгодности сбыта при заданных объёмах реализации и меняющихся условиях.				

3. Расчёт оборачиваемости производственных запасов. 4. Оценка привлекательности рынка сбыта. 6. Составление графика безубыточности.				
Раздел 6. ПМ Эксплуатация торгово-технологического оборудования			**36**	
МДК.01.03.Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда				
Тема 6.1Мебель торговых предприятий	**Содержание**		**2**	
	1	**Мебель и торговый инвентарь. Требования, предъявляемые к мебели, виды мебели. Торговый инвентарь**		
Тема 6.2 Торговое измерительное оборудование	**Содержание**		10	
	1	Виды измерительного оборудования. Весы и их классификация, требования, предъявляемые к весам. Техника безопасности при эксплуатации весов.		
	2	Меры массы , объёма и длины. Поверка измерительного оборудования. Уход и контроль за измерительным оборудованием		

	Практические занятия		**6**	
	1.	Взвешивание на электронных весах.		
	2.	Взвешивание на циферблатных весах.		
Тема 6.3Измерительно-режущее оборудование, упаковочное и тепловое оборудование и меры безопасности при работе.	**Содержание.**		**2**	
	1	Измельчительно- режущее оборудование. Фасовочное оборудование. Термоупаковочное оборудование. Тепловое оборудование.		
	2	Техника безопасности при работе с оборудованием.		
Тема 6.4Контрольно-кассовые машины и пластиковые карты.	**Содержание**		**14**	
	1	**Классификация ККМ**. Основные режимы работы. Пассивные ККМ. Активные ККМ Фискальные регистраторы		
	2	Пластиковые карты…Терминология и классификация. Достоинства пластиковых карт. Правила проведения операций с пластиковыми картами. Меры безопасности при работе с пластиковыми картами.		
	Практические занятия			

			10	
	1	Эксплуатация ККМ АМС-110К		
	2	Эксплуатация ККМ АМС-100Ф		
	3	Выполнение операций по кассе в программе « 1- С предприятие .		
	4	Оформление журнала кассира операциониста..Оформление справки- отчёта		
	5	Проведение операций с пластиковыми картами.		
Тема 6.5Холодильное оборудование	Содержание		**2**	
	1	Значение холодильного оборудования. Способы получения холода.. Виды холодильного оборудования. Требования к холодильному оборудованию		
Тема 6.6Торговые автоматы	Содержание		**2**	
	1	Виды торговых автоматов, правила эксплуатации. Устройство торговых автоматов		
Тема 6.7 Подъёмно транспортное оборудование и охрана труда.	Содержание		**2**	
	1	Назначение подъёмно- транспортного оборудования. Виды оборудования.. Правила эксплуатации. Требования по охране труда при погрузо-разгрузочных работах.		
Тема 6.8Ситемы защиты	Содержание		**2**	

Сканеры и принтеры штрихкодов .Терминалы.				
	1	Системы защиты в торговх предприятиях. Виды принтеров. виды сканеров. .Терминалы сбора данных		
Учебная практика **Виды работ:** - участие в ведении переговоров; - организация переговорного процесса, подготовка дополнительной информации; - проектирование технологического маршрута изготовления детали с выбором типа оборудования; - участие в организации работы по предъявлении претензии; - ознакомление с особенностями составления договоров; - оформление договоров. Составление акта о несоответствии качества и количества товара; Составление ассортиментного перечня; Выполнение операций в кассовых программах.			**54**	
Производственная практика (по профилю специальности) **Виды работ:** Приёмка товара; Подготовка товара к продаже; Организация выкладки товаров; Подготовка товара к продаже. Взвешивание и фасовка товара. Упаковка товара. Выполнение операций по кассе в программе « 1- С предприятие . Выполнение операций на контрольно- кассовой машине.			**36**	

Самостоятельная работа при изучении раздела 6 ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение правил по эксплуатации кассовых машин. Самостоятельное изучение кассовых программ . Работа над курсовым проектом. **Примерная тематика домашних заданий:** 1. Работа над докладами по теме «Научно- технический прогресс в торговле», «Торговые автоматы». **2.Составление кассовой отчётности.** **3.Составление покупюрной описи по заданию.**		
Обязательная аудиторная нагрузка по модулю по курсовой работе		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

2 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

6. Комплект контрольно-оценочных средств

6.1. Область применения

Контрольно-оценочные средства являются частью примерной основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям). В процессе изучения модуля студент должен:

1.Участвовать в установлении контактов с деловыми партнёрами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.

2.На своём участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать на хранение.

3.Принимать товары по качеству и количеству.

4.Идентифицировать вид, класс и тип предприятий розничной и оптовой торговли.

5.Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.

6.Участвовать в работе при подготовке торгового предприятия к добровольной сертификации услуг.

7.Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приёмы менеджмента, делового и управленческого общения.

8.Использовать основные методы и приёмы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности , определять статические величины , показатели вариации и индексы.

9.Применять логистические системы , а также приёмы и методы закупочной логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.

10.Эксплуатировать торгово- технологическое оборудование.

6.2 Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы и методы контроля и оценки***
1.Участвовать в установлении контактов с деловыми партнёрами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции. 2.На своём участке работы управлять товарными запасами и потоками,	Заключение договоров, предъявление претензий, организация переговорного процесса Определение товарного запаса, организация работы по приёмке продукции, контроль за размещением и хранением продукции на складе, подготовка товара к отпуску Приёмка товара Идентификация типа и вида предприятий	*Текущий контроль в форме:* *- защиты лабораторных и практических занятий;* *- контрольных работ по темам МДК.* *Зачеты по производственной практике и по каждому из*

организовывать работу на складе , размещать на хранение. 3.Принимать товары по качеству и количеству. 4.Идентифицировать вид, класс и тип предприятий розничной и оптовой торговли. 5.Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли. 6.Участвовать в работе при подготовке торгового предприятия к добровольной сертификации услуг. 7.Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приёмы менеджмента, делового и управленческого общения. 8.Использовать основные методы и приёмы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности , определять статические величины , показатели вариации и индексы. 9.Применять логистические системы , а также	в торговле Оказание основных и дополнительных услуг Проведение добровольной сертификации услуг Планирование торгово- оперативной деятельности, контроль за соблюдением правил торговли и качеством обслуживания , организация делового общения Учёт товарно- материальных ценностей Организация доставки товара, планирование маршрутов внутримагазинного перемещения, разработка маршрутов доставки в магазины Определение объёма , массы, длины	*разделов профессионального модуля.* *Комплексный экзамен по модулю.* *Защита курсового проекта.*

приёмы и методы закупочной логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков. 10.Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.	товара при приёмке, отпуске товара, выполнение операций на ККМ, оформление расчётных документов, кассовых отчётов	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы и методы контроля и оценки***
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация интереса к будущей профессии	*Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы*
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области организации торгово-сбытовой деятельности; – оценка эффективности и качества выполнения;	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации торгово- сбытовой деятельности;	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	

выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития		
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– работа на ККМ , использование компьютерной техники при работе с коммерческой информацией	
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения	
Вести здоровый образ жизни применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения	– самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
Пользоваться иностранным языком как средством делового общения	Организация делового общения на английском, немецком языке, составление коммерческих писем на иностранных языках	
Обеспечивать безопасные условия труда в профессиональной деятельности	– соблюдение техники безопасности	

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты (освоенные Профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
1	2	3
ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции	Правильность оформления всех реквизитов договора поставки. Правильность подбора и оформления всех документов, предшествующих заполнению договора поставки.	Текущий контроль в форме: • защиты практических занятий; • выполнение тестовых заданий по темам МДК; • дифференцированный зачёт по МДК.01.01., МДК.01.02; • экзамен (квалификационный) по профессиональному модулю ПМ.01.
ПК 1.2. На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение	1. Правильность определения количества товарных запасов по дням и месяцам. 2. Правильность составления схемы направления товарных потоков. 3. Правильность определения режима хранения розничных товаров.	
ПК 1.3. Принимать товары по количеству и качеству	1. Правильность оформления сопроводительных документов (товарно-транспортных накладных, железнодорожных накладных, счетов-фактур), актов о несоответствии количества и качества поступившего товара сопроводительным документам.	
ПК 1.4. Идентифицировать вид, класс и тип	1. Правильность определения вида и класса оптовой и розничной	

организаций розничной и оптовой торговли	торговли.	
ПК 1.5. Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли	1. Оформление основных и дополнительных услуг в документах.	
ПК 1.6. Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг	1. Правильность подготовки к добровольной сертификации услуг в соответствии с Федеральным законом о техническом регулировании.	
ПК 1.7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения	1. Правильность применения в коммерческой деятельности особенностей делового общения, деловой беседы, приёмов и методов менеджмента.	
ПК 1.8. Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы	1. Правильность использования основных методов и приёмов статистики для решения практических задач в коммерческой деятельности. 2. Умение определять статистические величины, показатели вариации и индексы.	
ПК 1.9. Применять логистические	1. Правильность составления схем направления товарных	

системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков	потоков. 2. Применение логистических приёмов и методов в коммерческой деятельности.	
ПК 1.10. Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.	1. Правильность определения узлов и деталей различных видов торгового оборудования. 2. Правильность оформления документации по кассовым операциям в торговом предприятии. 3. Правильность оформления документов, предусматривающих безопасность различных видов оборудования при их эксплуатации. 4. Правильность оформления журналов учета различных видов инструктажей по технике безопасности, актов и протоколов о несчастных случаях на производстве.	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость	• демонстрация интереса к будущей профессии	интерпретация результатов

своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес		наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	• выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области ведения, организации и управления торгово-сбытовой деятельностью	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	• решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и управления торгово – сбытовой деятельностью	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	• эффективный поиск необходимой информации; • использование различных источников информации, включая электронные	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	• взаимодействие с обучающимися, преподавателями и работниками коммерческих служб	
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации	• организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	• решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и управления торгово – сбытовой деятельностью, и соблюдение действующих	

	законодательств	

МДК.01.01.

Задание 1.

Вопрос 1. Что означает в переводе с латыни на русский язык термин «коммерция»?

1) торговля;
2) управление;
3) исследование рынка;
4) слежение;
5) проверка.

Вопрос 2. С какими основными моментами связана организация коммерческих процессов?

1) с куплей товаров и/или услуг;
2) с продажей товаров и/или услуг;
3) с обеспечением нормативного осуществления купли товаров и/или услуг;
4) с обеспечением нормативного осуществления продажи товаров и/или услуг;
5) с куплей и продажей товаров и/или услуг, с обеспечением нормативного осуществления этих операций.

Вопрос 3. Как называются хозяйственные связи, при которых экономические и правовые взаимоотношения по поставкам продукции производственно-технического назначения устанавливаются непосредственно между изготовителями и потребителями продукции?

1) внутриотраслевые;
2) межотраслевые;
3) прямые;
4) опосредованные;
5) длительные.

Вопрос 4. Как называются хозяйственные связи, при которых в качестве посредника во взаимоотношениях между производителями и потребителями продукции и в осуществлении ее поставок выступают оптово-торговые организации?

1) внутриотраслевые;
2) межотраслевые;
3) прямые;
4) опосредованные;
5) длительные.

Вопрос 5. На какие группы могут быть разделены хозяйственные связи между субъектами рынка по критерию «форма организации поставок»?

1) внутриотраслевые и межотраслевые;
2) транзитные поставки и поставки через склад;
3) прямые и опосредованные;
4) краткосрочные и долгосрочные;
5) международные и национальные.

Задание 2.

Вопрос 1. Какие направления, обеспечивающие рост экономической эффективности прямых длительных хозяйственных связей, являются основными в сотрудничестве предприятий?

1) улучшение ассортимента поставляемой продукции в соответствии с заказами потребителей;

2) освоение новых видов продукции, обеспечение стабильности ее качества в соответствии с требованиями заказчиков, подготовка материалов к производственному потреблению;

3) обеспечение ритмичности и комплектности снабжения, поставка продукции по согласованным графикам оптимальными партиями;

4) применение специализированных видов тары и транспортных средств; механизация погрузочно-разгрузочных работ;

5) улучшение ассортимента поставляемой продукции в соответствии с заказами потребителей; освоение новых видов продукции, обеспечение стабильности ее качества в соответствии с требованиями заказчиков, подготовка материалов к производственному потреблению; обеспечение ритмичности и комплектности снабжения, поставка продукции по согласованным графикам оптимальными партиями; применение специализированных видов тары и транспортных средств; механизация погрузочно-разгрузочных работ.

Вопрос 2. На сколько основных групп могут быть разделены предприятия, закупающие товары на рынке, с точки зрения принадлежности покупателя к определенной сфере деятельности и источникам финансирования?

1) на 2;
2) на 3;
3) на 4;
4) на 5;
5) на 6.

Вопрос 3. На какие группы делятся все предприятия в зависимости от отраслевой принадлежности?

1) коммерческие организации, некоммерческие организации, организации, находящиеся в ведении органов государственной и местной власти;

2) добыча промышленного и пищевого сырья из природных источников, первичная промышленная переработка, в том числе обогащение, сырья; последующая (вторичная и т.д.) промышленная переработка сырья и материалов; производственная инфраструктура или совокупность отраслей и видов деятельности, обслуживающих бизнес-рынок; социально-бытовая инфраструктура или совокупность непроизводственных отраслей и видов деятельности, направленных на обслуживание субъектов потребительского рынка;

3) коммерческие организации, некоммерческие организации, организации, находящиеся в ведении органов государственной и местной власти; добыча промышленного и пищевого сырья из природных источников, первичная промышленная переработка, в том числе обогащение, сырья, последующая (вторичная и т.д.) промышленная переработка сырья и материалов, производственная инфраструктура или совокупность отраслей и видов деятельности, обслуживающих бизнес-рынок, социально-бытовая инфраструктура или совокупность непроизводственных отраслей и видов деятельности, направленных на обслуживание субъектов потребительского рынка;

4) коммерческие организации, некоммерческие организации, организации, находящиеся в ведении органов государственной и местной власти; добыча промышленного и пищевого

сырья из природных источников, первичная промышленная переработка, в том числе обогащение, сырья;

5) организации, находящиеся в ведении органов государственной и местной власти; добыча промышленного и пищевого сырья из природных источников, первичная промышленная переработка, в том числе обогащение, сырья, последующая (вторичная и т.д.) промышленная переработка сырья и материалов, производственная инфраструктура или совокупность отраслей и видов деятельности, обслуживающих бизнес-рынок.

Вопрос 4. Вставьте пропущенные слова в текст: «… всех взаимодействий в процессе заключения коммерческих сделок на бизнес-рынке приходится на так называемый “закупочный центр” предприятия, т.е. группу лиц, которые в той или иной мере участвуют в выработке и принятии решений о закупках необходимых товаров.»

1) больше половины;
2) около половины;
3) примерно треть;
4) меньшая часть;
5) около 10%.

Вопрос 5. Кто входит в состав «закупочного центра» предприятия?

1) менеджер или другой сотрудник службы закупок (материально-технического снабжения, производственно-технологической комплектации и т.д.);

2) специалист узкого профиля, например, технолог, инженер или квалифицированный рабочий (оператор), т.е. тот сотрудник, который, в конечном счете, является конкретным пользователем закупаемого товара;

3) руководитель предприятия или его заместитель, т.е. тот, кто подписывает платежные документы и доверяет получение товара своим сотрудникам;

4) менеджер или другой сотрудник службы закупок (материально-технического снабжения, производственно-технологической комплектации и т.д.); специалист узкого профиля, например, технолог, инженер или квалифицированный рабочий (оператор), т.е. тот сотрудник, который, в конечном счете, является конкретным пользователем закупаемого товара; руководитель предприятия или его заместитель, т.е. тот, кто подписывает платежные документы и доверяет получение товара своим сотрудникам;

5) менеджер или другой сотрудник службы закупок (материально-технического снабжения, производственно-технологической комплектации и т.д.); руководитель предприятия или его заместитель, т.е. тот, кто подписывает платежные документы и доверяет получение товара своим сотрудникам.

Задание 3.

Вопрос 1. Сколько Вы можете назвать основных групп косвенных участников коммерческой деятельности?

1) 2 группы;
2) 3 группы;
3) 4 группы;
4) 5 групп;
5) 6 групп.

Вопрос 2. По скольким направлениям группируются критерии удовлетворения условиями и последствиями заключения сделки?

1) по 2-м;
2) по 3-м;
3) по 4-м;
4) по 5-ти;
5) по 6-ти.

Вопрос 3. Как называется посредник в коммерческой деятельности, который имеет широкий ассортимент продукции ПТН, а также оказывающие потребителям различные услуги - транспортировка и доставка, хранение, комплектация, нарезка, упаковка и т.п.?

1) оптовые фирмы;
2) дистрибьюторы;
3) дилеры, агенты;
4) брокеры, коммивояжеры;
5) джобберы.

Вопрос 4. Какой из посредников всегда приобретает продукцию производителя в собственность?

1) оптовые фирмы;
2) дистрибьюторы;
3) дилеры, агенты;
4) брокеры, коммивояжеры;
5) джобберы.

Вопрос 5. Назовите основные преимущества сбытовых агентов для производителей продукции:

1) сбытовые расходы невысоки; полезны при выходе на новые рынки с новым товаром; качество деятельности сбытовых агентов выше, чем у оптовых фирм;
2) деятельность сбытовых агентов не может столь же полно контролироваться как деятельность своего отдела сбыта; отсутствует гибкость в ситуации, когда обстановка требует конкуренции по основным элементам маркетинга;
3) при значительном объеме продаж, стоимость реализации через агента плюс расходы на физическое распространение могут составить довольно дорогую систему сбыта;
4) агент, который обслуживает несколько поставщиков, служит объектом конкуренции производителей;
5) агенты чаще всего не могут оказать услуги по послепродажному обслуживанию, поскольку не имеют своих мощностей.

Задание 4.

Вопрос 1. По каким направлениям деятельности необходимо предоставление отчетности любым посредником?

1) отчеты о ходе и итогах сбыта товара; информация о рынке, включающая регулярные и полные сообщения о деятельности конкурентов, уровне цен, колебаниях рыночной конъюнктуры;
2) план сбытовой деятельности; наименование и характеристика имеющихся у посредника клиентов;
3) разумный объем информации о деятельности посредника за отчетный период. Фирма-поставщик должна оставлять за собой право получать сведения и о работе посредника с

товарами других фирм, чтобы быть уверенной, что ее товар продвигается достаточно энергично;

4) отчеты о ходе и итогах сбыта товара; информация о рынке, включающая регулярные и полные сообщения о деятельности конкурентов, уровне цен, колебаниях рыночной конъюнктуры; план сбытовой деятельности; наименование и характеристика имеющихся у посредника клиентов;

5) отчеты о ходе и итогах сбыта товара; информация о рынке, включающая регулярные и полные сообщения о деятельности конкурентов, уровне цен, колебаниях рыночной конъюнктуры; план сбытовой деятельности; наименование и характеристика имеющихся у посредника клиентов; разумный объем информации о деятельности посредника за отчетный период. Фирма-поставщик должна оставлять за собой право получать сведения и о работе посредника с товарами других фирм, чтобы быть уверенной, что ее товар продвигается достаточно энергично.

Вопрос 2. Что является объектом коммерческой деятельности?

1) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта;

2) услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки;

3) реклама; представительские услуги;

4) аудит; консалтинг;

5) товары (кроме недвижимости); ценные бумаги и валюта; услуги транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, бытового обслуживания, образования, культуры, здравоохранения и науки; реклама; представительские услуги; аудит; консалтинг.

Вопрос 3. Что означает утверждение «Все участники экономической коммерческой деятельности считаются изначально свободными»?

1) никто не принуждает их вступать в те или иные сделки, они в эти сделки вступают добровольно;

2) государство не принуждает их вступать в те или иные сделки;

3) отсутствуют криминогенные элементы в обществе;

4) участники коммерческих сделок находятся под покровительством международных организаций;

5) все коммерческие сделки осуществляются в рамках закона.

Вопрос 4. Что подразумевает утверждение «Все участники коммерческой деятельности преследуют свои собственные интересы»?

1) то, что все участники коммерческой сделки добиваются удовлетворения своих коммерческих интересов;

2) то, что все участники коммерческой сделки получают максимальную выгоду;

3) то, что участники коммерческой деятельности должны прийти к согласию между собой;

4) то, что все участники коммерческой деятельности свободны в выборе своих решений;

5) то, что все участники коммерческой деятельности принимают решения автономно, независимо друг от друга.

Вопрос 5. Сколько Вы можете назвать основных характеристик взаимодействия участников коммерческой деятельности?

1) 2;

2) 3;

3) 4;
4) 5;
5) 6.

Задание 5.

Вопрос 1. В чем выражается правовое регулирование договоров?

1) в установлении порядка их заключения;
2) в установлении порядка исполнения сторонами принятых на себя обязательств;
3) в установлении ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств;
4) в установлении порядка их заключения и в установлении порядка исполнения сторонами принятых на себя обязательств;
5) в установлении порядка их заключения; в установлении порядка исполнения сторонами принятых на себя обязательств; в установлении ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств.

Вопрос 2. Что такое «дихотомия»?

1) разделение объектов;
2) разделение объектов на две группы;
3) разделение объектов на три группы;
4) разделение объектов на неограниченное число групп;
5) классификация объектов.

Вопрос 3. Сколько оснований (признаков классификации) является наиболее значимыми при классификации хозяйственных договоров?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Вопрос 4. Как называются договоры, в которых каждая из сторон имеет и права, и обязанности?

1) возмездными;
2) безвозмездными;
3) консенсуальными;
4) реальными;
5) двусторонними.

Вопрос 5. Как называются договоры, которые признаются заключенными с момента, когда на основе соглашения осуществлена передача стороной контрагенту определенного имущества?

1) возмездными;
2) безвозмездными;
3) консенсуальными;
4) реальными;
5) двусторонними.

Задание 6.

Вопрос 1. Как называются договоры, в которых у одной из сторон есть права, а у другой – только обязанности?

1) односторонними;
2) возмездными;
3) безвозмездными;
4) консенсуальными;
5) реальными.

Вопрос 2. Какие договоры рассматривает Гражданский кодекс РФ по правилам реализации товаров?

1) договор купли-продажи, договор найма-продажи;
2) договор найма-продажи, договор поставки;
3) договор поставки, договор мены;
4) договор мены, договор купли-продажи, договор найма-продажи;
5) договор купли – продажи, договор найма – продажи, договор поставки, договор мены.

Вопрос 3. Как называется в соответствии с Гражданским кодексом РФ договор, в соответствии с которым одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену)?

1) договор мены;
2) договор займа;
3) договор купли-продажи;
4) договор найма-продажи;
5) договор поставки.

Вопрос 4. Как называется в соответствии с Гражданским кодексом РФ договор, в соответствии с которым предусматривается, что до перехода прав собственности на товар к покупателю покупатель является нанимателем (арендатором) переданного ему товара (договор найма-продажи). Если иное не предусмотрено договором, покупатель становится собственником товара с момента его оплаты?

1) договор мены;
2) договор займа;
3) договор купли-продажи;
4) договор найма-продажи;
5) договор поставки.

Вопрос 5. Как называется в соответствии с Гражданским кодексом РФ договор, в соответствии с которым поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным и иным подобным использованием?

1) договор мены;
2) договор займа;
3) договор купли-продажи;
4) договор найма-продажи;
5) договор поставки.

Задание 7.

Вопрос 1. Как называется в соответствии с Гражданским кодексом РФ договор, в соответствии с которым каждая из сторон обязуется передать в собственность другой стороны один товар в обмен на другой?

1) договор мены;
2) договор займа;
3) договор купли-продажи;
4) договор найма-продажи;
5) договор поставки.

Вопрос 2. Какие договорные обязательства отнесены Гражданским кодексом РФ к заемным отношениям?

1) договор займа, договор коммерческого кредита;
2) кредитный договор, в том числе договор товарного кредита;
3) договоры товарного и коммерческого кредита;
4) договор займа, кредитный договор;
5) договор займа, кредитный договор, договоры товарного и коммерческого кредита.

Вопрос 3. В соответствии с каким договором займодавец передает заемщику деньги или другие вещи, определенные родовыми признаками, а заемщик обязуется возвратить займодавцу такую сумму денег (сумму займа) или равное количество других полученных им вещей того же рода и качества?

1) в соответствии с кредитным договором;
2) в соответствии с договором займа;
3) в соответствии с договором товарного кредита;
4) в соответствии с договором коммерческого кредита;
5) в соответствии с договором товарного и коммерческого кредита.

Вопрос 4. В соответствии с каким договором банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуется предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее?

1) в соответствии с кредитным договором;
2) в соответствии с договором займа;
3) в соответствии с договором товарного кредита;
4) в соответствии с договором коммерческого кредита;
5) в соответствии с договором товарного и коммерческого кредита.

Вопрос 5. С какого момента договор займа считается заключенным?

1) с момента подписания договора;
2) с момента передачи денег или других вещей;
3) с момента достижения соглашения о подписании договора;
4) с момента начала использования переданных денег или других вещей;
5) с начала финансового года.

Задание 8.

Вопрос 1. В какой форме в соответствии с российским законодательством должны совершаться внешнеэкономические сделки?

1) в устной форме;

2) в письменной форме;
3) в устной и письменной форме;
4) в форме договоров займа;
5) в форме кредитных договоров.

Вопрос 2. Какая форма расчетов наиболее широко используется в международном экономическом обороте?

1) безналичные расчеты;
2) наличные расчеты;
3) аккредитивная форма расчетов;
4) вексельная форма расчетов;
5) чековые расчеты.

Вопрос 3. Сколько основных этапов включает в себя процесс принятия решения о закупках товаров?

1) 3;
2) 4;
3) 5;
4) 6;
5) 2.

Вопрос 4. Как называется закупка товаров, связанная с заменой вышедшего из строя или устаревшего оборудования, приобретения технически сложной продукции, мебели, инвентаря и т.п.?

1) обычная;
2) разовая;
3) уникальная;
4) периодическая;
5) аккордная.

Вопрос 5. Как называется закупка товаров, связанная с восполнением регулярно потребляемых ресурсов?

1) обычная;
2) разовая;
3) уникальная;
4) периодическая;
5) аккордная.

Задание 9.

Вопрос 1. Как называется закупка товаров, связанная с принципиальной заменой производственной технологии, оборудования вновь вводимых административных помещений и т.д.?

1) обычная;
2) разовая;
3) уникальная;
4) периодическая;
5) аккордная.

Вопрос 2. Сколько Вы можете назвать источников коммерческой информации, используемых участниками «закупочного центра», когда необходимость приобретения продукции признается безусловной?

1) 3;
2) 4;
3) 5;
4) 6;
5) 7.

Вопрос 3. Какой из источников информации, используемых участниками «закупочного центра», заслуживает особого внимания в силу того, что информация поступает к покупателю в наиболее полном виде и обычно без искажений?

1) представители фирм-продавцов (изготовителей и посредников);
2) технический персонал своей фирмы и других фирм;
3) коммерческое руководство и персонал служб закупок других фирм;
4) рекламные материалы и статьи в прессе;
5) специальные торговые и промышленные каталоги товаров.

Вопрос 4. Сколько Вы можете назвать характеристик фирмы-поставщика товара?

1) 5;
2) 6;
3) 7;
4) 8;
5) 9.

Вопрос 5. Сколько Вы можете назвать характеристик приобретаемого товара?

1) 5;
2) 6;
3) 7;
4) 8;
5) 9.

Задание 10.

Вопрос 1. Как называется долгосрочное планирование, методология организации и управления сбытом, позволяющая успешно реализовать философию ведения сбыта конкретным предприятием-продавцом?

1) маркетинг;
2) менеджмент;
3) стратегия сбыта;
4) сбытовая политика;
5) тактика сбыта.

Вопрос 2. Как называется система решений, принимаемых продавцом с целью реализации выбранных стратегий и получения наибольшего эффекта сбыта товаров?

1) маркетинг;
2) менеджмент;
3) стратегия сбыта;
4) сбытовая политика;

5) тактика сбыта

Вопрос 3. Сколько факторов определяют выбор канала закупок?

1) 3;
2) 4;
3) 5;
4) 6;
5) 7.

Вопрос 4. Какие основные функции выполняют оптовые торговые организации в условиях рынка?

1) материально-техническое обеспечение;
2) производственные;
3) финансовые;
4) информационные;
5) материально-техническое обеспечение; производственные; финансовые; информационные.

Вопрос 5. Какие Вы можете назвать способы закупки в зависимости от источника средств, выделяемых на закупку, объема закупаемой продукции, сложности продукции?

1) открытые конкурсные торги (международные или внутренние);
2) двухэтапные торги, закрытые торги, специализированные закрытые торги;
3) запрос котировок;
4) закупки у единственного источника;
5) открытые конкурсные торги (международные или внутренние), двухэтапные торги, закрытые торги, специализированные закрытые торги, запрос котировок, закупки у единственного источника.

Задание 11.

Вопрос 1. Сколько Вы можете назвать основных функций, которые выполняет оптовая торговля?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Вопрос 2. Какие Вы знаете основные виды организации оптовой торговли?

1) оптовая деятельность самого производителя;
2) оптовая торговля через посредников, которые выкупают товар;
3) оптовая торговля через торговых агентов, брокеров, которые работают за комиссионные, то есть товар не выкупают;
4) оптовая деятельность самого производителя; оптовая торговля через посредников, которые выкупают товар; оптовая торговля через торговых агентов, брокеров, которые работают за комиссионные, то есть товар не выкупают;
5) оптовая деятельность самого производителя; оптовая торговля через посредников, которые выкупают товар; оптовая торговля через торговых агентов, брокеров, которые работают за комиссионные, то есть товар не выкупают; оптовая торговля через филиалы.

Вопрос 3. Сколько Вы можете назвать оснований (признаков) классификации оптовой торговли?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Вопрос 4. Какой признак классификации лежит в основании разделения оптовых торговцев на крупных, средних и мелких?

1) широта ассортимента;
2) способ доставки;
3) степень кооперации;
4) отношение к системе сбыта;
5) размер оборота.

Вопрос 5. На сколько групп разделяются предприятия оптовой торговли в соответствии с критерием «широта ассортимента»?

1) на 2;
2) на 3;
3) на 4;
4) на 5;
5) на 6.

Задание 12.

Вопрос 1. Перечислите наиболее распространенные виды оптовой торговли со склада.

1) личный отбор товара на складе;
2) по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;
3) через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);
4) с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках;
5) личный отбор товара на складе; по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина; через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту); с помощью активных звонков из диспетчерской; торговля на оптовых выставках и ярмарках.

Вопрос 2. Какая форма оптовой торговли получила широкое распространение, как наиболее активная форма сбыта?

1) личный отбор товара на складе;
2) по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;
3) через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);
4) с помощью активных звонков из диспетчерской;
5) торговля на оптовых выставках и ярмарках.

Вопрос 3. Какая форма оптовой торговли наиболее целесообразна, когда розничное предприятие хочет быстро сделать закупку (заканчиваются складские запасы),

рассчитывает на месте сформировать ассортимент, выбрать товары-новинки, получить скидки за самовывоз?

1) личный отбор товара на складе;
2) по письменной заявке (например, высылка факса) или устной заявке по телефону со стороны магазина;
3) через выездных торговых представителей (агентов, менеджеров по сбыту);
4) с помощью активных звонков из диспетчерской;
5) торговля на оптовых выставках и ярмарках.

Вопрос 4. Содержанием какой задачи маркетинга оптовой торговли является удержание и увеличение рыночной доли, проектирование сбытовых каналов, разработка конкурентного поведения?

1) разработка маркетинговых стратегий;
2) проведение маркетинговых исследований;
3) сегментирование рынка сбыта;
4) маркетинг закупок;
5) маркетинг-логистика.

Вопрос 5. Содержанием какой задачи маркетинга оптовой торговли является организация работы с рекламациями розничной торговли, организация работы с претензиями покупателей, разработка программы маркетинга-аудита сбыта?

1) проведение маркетинговых исследований;
2) сегментирование рынка сбыта;
3) маркетинг закупок;
4) маркетинг-логистика;
5) маркетинг-аудит системы сбыта.

Задание 13.

Вопрос 1. По каким критериям сегментируется профессиональный рынок сбыта?

1) объемы закупок, широта ассортимента;
2) деловая репутация, платежеспособность;
3) проводимая ценовая политика, объемы закупок;
4) деловая репутация, платежеспособность, проводимая ценовая политика, объемы закупок;
5) объемы закупок, широта ассортимента, деловая репутация, платежеспособность, проводимая ценовая политика.

Вопрос 2. Сколько последовательных шагов содержит процесс закупки?

1) 4;
2) 6;
3) 8;
4) 10;
5) 2.

Вопрос 3. Как называется разработка и исполнение такой транспортно-складской схемы, которая учитывала бы требования маркетинга закупок и маркетинга сбыта?

1) маркетинг-микс;
2) маркетинг-логистика;
3) маркетинг ассортимента;

4) маркетинговое исследование;
5) маркетинг-менеджмент.

Вопрос 4. Какие методы коммуникации наиболее часто применяются в оптовой торговле?

1) деловая реклама, личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз;
2) деловая реклама, личные продажи, наружная реклама,
3) личные продажи, наружная реклама, стимулирование сбыта,
4) наружная реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз,
5) деловая реклама, личные продажи, стимулирование сбыта.

Вопрос 5. Какие направления включает в себя стимулирование сбыта в оптовой торговле?

1) стимулирование потребителей; стимулирование производителей; стимулирование посредников;
2) стимулирование производителей; стимулирование посредников; стимулирование собственного сбытового персонала;
3) стимулирование потребителей; стимулирование производителей; стимулирование собственного сбытового персонала;
4) стимулирование посредников; стимулирование собственного сбытового персонала; стимулирование потребителей;
5) стимулирование посредников; стимулирование собственного сбытового персонала; стимулирование потребителей; стимулирование производителей.

Задание 14.

Прочитайте главу 3, 3.2., 4, 4.1. Пособия. Ответьте на поставленные вопросы.

Вопрос 1. Как называется любая деятельность производителя или оптовой компании в месте розничной продажи, позволяющая максимально повысить товарооборот?

1) факторинг;
2) лизинг;
3) мерчендайзинг;
4) логистика;
5) фандрайзинг.

Вопрос 2. Как называется вид совместного действия (когда это совместная деятельность) и способы, которыми партнеры увязывают действия между собой, описываемые (специфицируемые) в контракте?

1) размер возмещения;
2) степень риска;
3) правила поведения;
4) ожидаемое поведение;
5) предмет контракта.

Вопрос 3. Какая составляющая контракта является наиболее важной?

1) размер возмещения;
2) степень риска;
3) правила поведения;
4) ожидаемое поведение;
5) предмет контракта.

Вопрос 4. По каким параметрам обычно различают между собой контракты?

1) размер, продолжительность;
2) содержание, частота;
3) формальность;
4) реальное равенство (или неравенство) участников;
5) размер, продолжительность, содержание, частота, формальность, реальное равенство (или неравенство) участников.

Вопрос 5. Как называется процедура, которая состоит в том, что человек пытается на основе более или менее точно известной ему собственной позиции и предполагаемой позиции партнера по сделке выйти на равновесную цену?

1) заключение контракта;
2) планирование закупок;
3) маркетинг-микс;
4) процедура торга;
5) маркетинг-менеджмент.

Задание 15.

Вопрос 1. Каким с точки зрения «формальности» бывает контракт?

1) разовым и повторяющимся;
2) писаным и неписаным;
3) полным и неполным;
4) точковым и с неопределенным сроком;
5) объективным и субъективным.

Вопрос 2. Какой признак контракта берется за основание классификации при разделении контрактов на симметричные и асимметричные?

1) частота;
2) формальность;
3) содержание;
4) продолжительность;
5) равенство или неравенство участников.

Вопрос 3. По скольким основным направлениям распределяются затраты участников в процессе торга?

1) по 2-м;
2) по 3-м;
3) по 4-м;
4) по 5-ти;
5) по 6-ти.

Вопрос 4. Как называются товары, качество которых можно испытать, только начав ими пользоваться?

1) товары инспекционные;
2) товары экспериментальные;
3) товары повседневного спроса;
4) продукция производственно-технического назначения;
5) товары инспекционные; товары экспериментальные; товары повседневного спроса; продукция производственно-технического назначения.

Вопрос 5. Как называются товары, качество которых можно испытать до их приобретения?

1) товары инспекционные;
2) товары экспериментальные;
3) товары повседневного спроса;
4) продукция производственно-технического назначения;
5) товары, инспекционные; товары экспериментальные; товары повседневного спроса; продукция производственно-технического назначения.

Задание 16.

Вопрос 1. Вставьте пропущенные слова в текст в соответствии со смыслом: «Когда в качестве условия сделки выдвигается … набор измеряемых параметров, полученная в результате выборка чаще всего будет … ожидаемой. Она …, она сместится в сторону худшего набора параметров, которые не учитывались примененной классификацией»

1) минимальный, хуже, не будет средней;
2) максимальный, хуже, не будет средней;
3) минимальный, лучше, не будет средней;
4) минимальный, хуже, будет средней;
5) максимальный, хуже, будет средней.

Вопрос 2. Как называются заложенные заранее трансакционные издержки продавца, связанные с тем, что он обязуется, если товар не соответствует тем или иным формально заявленным в контракте параметрам, забрать его назад, чинить за свои деньги, менять и т.п.?

1) залог;
2) затраты;
3) расходы;
4) налоги;
5) гарантии.

Вопрос 3. В какой сфере хозяйственной деятельности возник первоначально термин «рационирование»?

1) в промышленности;
2) в сельском хозяйстве;
3) в строительстве;
4) в торговле;
5) в банковском деле.

Вопрос 4. Как называется такая затрата денег или других ресурсов (корректнее сказать просто: затрата ресурсов), которая имеет своей целью не удовлетворение потребностей, а создание условий, способствующих получению в будущем определенного потока благ и услуг?

1) кредит;
2) залог;
3) инвестиции;
4) финансирование;
5) заем.

Вопрос 5. Какие из нижеперечисленных не являются “Коспециализированными (или связанными) активами”?

1) автомобиль и бензин;
2) автомобиль и загородный дом;
3) железная дорога и рудник, продукция которого вывозится по железной дороге;
4) посуда и мебель в доме;
5) доменное и мартеновское производство.

Задание 17.

Вопрос 1. Сколько Вы можете назвать основных причин большой распространенности посреднических сделок в России?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Вопрос 2. Положительными чертами какого вида посреднической сделки являются простота и наглядность?

1) посреднические сделки с переходом права собственности на товар на посредника;
2) право собственности на товар не переходит посреднику, он работает с одним поставщиком;
3) право собственности на товар не переходит посреднику, он работает с несколькими поставщиками;
4) посреднические сделки с переходом права собственности на товар на посредника; право собственности на товар не переходит посреднику, он работает с одним поставщиком;
5) посреднические сделки с переходом права собственности на товар на посредника; право собственности на товар не переходит посреднику, он работает с одним поставщиком; право собственности на товар не переходит посреднику, он работает с несколькими поставщиками.

Вопрос 3. Какая посредническая сделка является наименее рисковой для посредника?

1) посреднические сделки с переходом права собственности на товар на посредника;
2) право собственности на товар не переходит посреднику, он работает с одним поставщиком;
3) право собственности на товар не переходит посреднику, он работает с поставщиком и покупателем;
4) посреднические сделки с переходом права собственности на товар на посредника; право собственности на товар не переходит посреднику, он работает с одним поставщиком;
5) посреднические сделки с переходом права собственности на товар на посредника; право собственности на товар не переходит посреднику, он работает с одним поставщиком; право собственности на товар не переходит посреднику, он работает с поставщиком и покупателем.

Вопрос 4. Как называется система сбыта организации (предприятия), при которой продажа товара осуществляется непосредственно потребителю?

1) прямой сбыт;
2) непрямой короткий канал сбыта;
3) непрямой длинный канал сбыта;
4) комбинированный сбыт;
5) непрямой сбыт.

Вопрос 5. Как называется система сбыта организации (предприятия), при которой продажа товара потребителю осуществляется с использованием одного (двух) посредников?

1) прямой сбыт;
2) непрямой короткий канал сбыта;
3) непрямой длинный канал сбыта;
4) комбинированный сбыт;
5) непрямой сбыт.

Задание 18.

Вопрос 1. Сколько Вы можете назвать основных особенностей организации сбыта сырьевых товаров (промышленное сырье и продовольствие)?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Вопрос 2. Вставьте пропущенные слова в текст в соответствии со смыслом: « … являются особо привлекательным объектом долгосрочных сделок купли-продажи. В отличие от продукции … они практически не подвергаются моральному старению»:

1) продовольственные товары, обрабатывающей промышленности;
2) сырьевые товары, обрабатывающей промышленности;
3) сырьевые товары, обрабатывающей промышленности;
4) сырьевые и продовольственные товары, добывающей промышленности;
5) сырьевые и продовольственные товары, обрабатывающей промышленности.

Вопрос 3. Сколько Вы можете назвать основных причин, когда на рынках сырьевых и продовольственных товаров используются услуги посредника?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Вопрос 4. Как называется особый вид постоянно действующего рынка, на котором совершаются сделки купли-продажи на массовые сырьевые и продовольственные товары, обладающие родовыми признаками, качественно однородные и взаимозаменимые?

1) аукционы;
2) ярмарки;

3) фьючерсные биржи;
4) товарные биржи;
5) публичные торги.

Вопрос 5. Как называется самая большая биржа в мире, где торгуют контрактами на товары (товарная биржа)?

1) Нью-йоркская товарная биржа;
2) Чикагская торговая биржа;
3) Токийская фондовая биржа;
4) Лондонская биржа металлов;
5) Российская товарно-сырьевая биржа (РТСБ).

Задание 19.

Вопрос 1. Вставьте пропущенные слова в текст: «… 20% всех контрактов, проданных на бирже, заканчиваются действительной доставкой. Если кто-либо желает купить товар с обязательством доставки, он покупает этот товар на соответствующем рынке. Чикагская торговая биржа имеет значительный рынок зерна, где торгуют … . Этот рынок составляет … 5% объема биржевой торговли».

1) меньше чем, за наличные, менее;
2) больше чем, за наличные, менее;
3) меньше чем, безналично, более;
4) больше чем, безналично, более;
5) меньше чем, за наличные, более.

Вопрос 2. Как называются периодические мероприятия, проводимые с участием работников посреднических организаций, торговли, промышленности, сельского хозяйства и других отраслей для совершения покупок и продажи?

1) аукционы;
2) ярмарки;
3) фьючерсные биржи;
4) товарные биржи;
5) публичные торги.

Вопрос 3. Сколько этапов выделяют при организации ярмарочной и выставочной торговли?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Вопрос 4. Кто входит в состав ярмарочного комитета?

1) представители государственных, коммерческих структур;
2) представители отраслей производства, торговли;
3) представители предприятий, объединений, научно-исследовательских организаций;
4) представители государственных, коммерческих структур, отраслей производства, торговли;
5) представители государственных, коммерческих структур, отраслей производства, торговли, предприятий, объединений, научно-исследовательских организаций.

Вопрос 5. Какие бывают ярмарки в соответствие с критерием классификации «характер торговых операций»?

1) международные, всероссийские, зональные, региональные;

2) ярмарки по реализации продукции, поступившей в первичный оборот; ярмарки по реализации неиспользуемой и излишней продукции;

3) международные, всероссийские, зональные, региональные, ярмарки по реализации продукции, поступившей в первичный оборот; ярмарки по реализации неиспользуемой и излишней продукции;

4) международные, всероссийские, зональные, региональные, ярмарки по реализации продукции, поступившей в первичный оборот;

5) международные, всероссийские, зональные, региональные, ярмарки по реализации неиспользуемой и излишней продукции.

Задание 20.

Вопрос 1. Какие бывают ярмарки в соответствие с критерием классификации «масштаб осуществляемых торговых операций»?

1) международные, всероссийские, зональные, региональные;

2) ярмарки по реализации продукции, поступившей в первичный оборот; ярмарки по реализации неиспользуемой и излишней продукции;

3) международные, всероссийские, зональные, региональные, ярмарки по реализации продукции, поступившей в первичный оборот; ярмарки по реализации неиспользуемой и излишней продукции;

4) международные, всероссийские, зональные, региональные, ярмарки по реализации продукции, поступившей в первичный оборот;

5) международные, всероссийские, зональные, региональные, ярмарки по реализации неиспользуемой и излишней продукции.

Вопрос 2. Какие цели преследует организация функционирования выставок?

1) оказание предприятиям, организациям, арендаторам, лицам, занимающимся индивидуальной трудовой деятельностью, выставочно- информационных услуг; развёртывание рекламной деятельности;

2) информирование потенциальных потребителей о новой продукции, сферах её применения и возможностях приобретения;

3) обмен коммерческой информацией с другими регионами, что способствует рационализации хозяйственных связей;

4) освещение достижений и перспектив развития в области науки и техники, освоения и внедрения новой технологии, прогрессивных технологических процессов и т.д.; при этом используется печать, радио, телевидение, кино, магнитофонные записи лекций и бесед и др.;

5) оказание предприятиям, организациям, арендаторам, лицам, занимающимся индивидуальной трудовой деятельностью, выставочно- информационных услуг; развёртывание рекламной деятельности; информирование потенциальных потребителей о новой продукции, сферах её применения и возможностях приобретения; обмен коммерческой информацией с другими регионами, что способствует рационализации хозяйственных связей; освещение достижений и перспектив развития в области науки и техники, освоения и внедрения новой технологии, прогрессивных технологических

процессов и т.д.; при этом используется печать, радио, телевидение, кино, магнитофонные записи лекций и бесед и др.

Вопрос 3. За счет каких средств функционируют выставки?

1) за счёт денежных поступлений от взносов её участников, входной платы посетителей;
2) за счет посреднических услуг, проводимых консультаций, сдачи в аренду экспозиционной площади;
3) за счет оплаты рекламы, изданий коммерческо-информационных материалов, заказов на художественно-оформительские работы;
4) за счет издательской деятельности и средств, поступивших по договорам с вышестоящими организациями;
5) за счёт денежных поступлений от взносов её участников, входной платы посетителей, посреднических услуг, проводимых консультаций, сдачи в аренду экспозиционной площади, оплаты рекламы, изданий коммерческо-информационных материалов, заказов на художественно-оформительские работы, издательской деятельности и средств, поступивших по договорам с вышестоящими организациями.

Вопрос 4. Как называется продажа товаров, которые обладают индивидуальными свойствами и ценностями, осуществляемая с публичного торга в определённом месте и в заранее установленное время?

1) аукционы;
2) ярмарки;
3) фьючерсные биржи;
4) товарные биржи;
5) публичные торги.

Вопрос 5. В чем состоит суть (содержание) голландского аукциона?

1) это аукцион на повышение;
2) это аукцион на понижение;
3) это немой аукцион;
4) это гласный аукцион;
5) это валютный аукцион.

Задание 21.

Вопрос 1. Как называется деятельность по продаже товаров или услуг конечному потребителю для их личного некоммерческого использования?

1) промышленность;
2) строительство;
3) оптовая торговля;
4) розничная торговля;
5) социально-культурный сервис.

Вопрос 2. Сколько Вы знаете основных видов розничной торговли?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Вопрос 3. Что из ниже перечисленного входит в состав стационарной розничной сети?

1) традиционное обслуживание через прилавок, магазины самообслуживания, магазины типа "магазин-склад", магазины, торгующие по каталогам; продажа через торговые автоматы;
2) разносная с применением лотков и других несложных устройств; развозная с использованием автоматов, вагонолавок; прямая продажа на дому;
3) пересылка товаров потребителю почтой;
4) традиционное обслуживание через прилавок, магазины самообслуживания, магазины типа "магазин-склад", магазины, торгующие по каталогам; продажа через торговые автоматы; разносная с применением лотков и других несложных устройств; развозная с использованием автоматов, вагонолавок; прямая продажа на дому; пересылка товаров потребителю почтой;
5) традиционное обслуживание через прилавок, магазины самообслуживания, магазины типа "магазин-склад", магазины, торгующие по каталогам; продажа через торговые автоматы; разносная с применением лотков и других несложных устройств; развозная с использованием автоматов, вагонолавок; прямая продажа на дому.

Вопрос 4. Что из ниже перечисленного входит в состав передвижной розничной сети?

1) традиционное обслуживание через прилавок, магазины самообслуживания, магазины типа "магазин-склад", магазины, торгующие по каталогам; продажа через торговые автоматы;
2) разносная с применением лотков и других несложных устройств; развозная с использованием автоматов, вагонолавок; прямая продажа на дому;
3) пересылка товаров потребителю почтой;
4) традиционное обслуживание через прилавок, магазины самообслуживания, магазины типа "магазин-склад", магазины, торгующие по каталогам; продажа через торговые автоматы; разносная с применением лотков и других несложных устройств; развозная с использованием автоматов, вагонолавок; прямая продажа на дому; пересылка товаров потребителю почтой;
5) традиционное обслуживание через прилавок, магазины самообслуживания, магазины типа "магазин-склад", магазины, торгующие по каталогам; продажа через торговые автоматы; разносная с применением лотков и других несложных устройств; развозная с использованием автоматов, вагонолавок; прямая продажа на дому.

Вопрос 5. Из скольких составляющих состоит структура розничного товарооборота?

1) из 2-х;
2) из 3-х;
3) их 4-х;
4) из 5-ти;
5) из 6-ти.

Задание 22.

Вопрос 1. Сколько Вы можете назвать основных функций розничной торговли?

1) 5;
2) 7;
3) 9;

4) 11;
5) 13.

Вопрос 2. Каков радиус расположения покупателей, на которых особенно может рассчитывать предприятие розничной торговли в городе?

1) 100 – 200 метров;
2) 200 – 400 метров;
3) 400 – 600 метров;
4) 600 – 800 метров;
5) 400 – 800 метров.

Вопрос 3. Какой фактор имеет наибольший вес в выборе места покупки (на основе опросов населения)?

1) цена;
2) качество;
3) ассортимент;
4) удобство расположения;
5) персонал.

Вопрос 4. Какие места являются наиболее привлекательным для группы населения «женщины»?

1) библиотека, кафе, кинотеатр;
2) магазины;
3) спортивные сооружения, станции техобслуживания;
4) музеи, выставки;
5) учебные учреждения.

Вопрос 5. Какие места являются наиболее привлекательным для группы населения «мужчины»?

1) библиотека, кафе, кинотеатр;
2) магазины;
3) спортивные сооружения, станции техобслуживания;
4) музеи, выставки;
5) учебные учреждения.

Задание 23.

Вопрос 1. Какие Вы можете назвать математические модели, позволяющие с помощью определенных расчетов определить полезность розничного предприятия для покупателя?

1) модель Парето, модель Адама Смита;
2) модель Рейсли, модель Хаффа;
3) модель Солоу, модель Самуэльсона;
4) модель Парето, модель Рейсли, модель Солоу,
5) модель Хаффа, модель Солоу, модель Самуэльсона.

Вопрос 2. В каких магазинах продавцы в торговом зале отсутствуют?

1) в магазинах с полным обслуживанием;
2) в магазинах, имеющих небольшой торговый зал;
3) в магазинах со свободным отбором товара;
4) в магазинах самообслуживания;

5) во всех перечисленных магазинах.

Вопрос 3. В каких магазинах в торговом зале находится продавец, к которому можно обратиться за справкой и получить нужную информацию?

1) в магазинах с полным обслуживанием;
2) в магазинах, имеющих небольшой торговый зал;
3) в магазинах со свободным отбором товара;
4) в магазинах самообслуживания;
5) во всех перечисленных магазинах.

Вопрос 4. В каких магазинах продавец призван быть консультантом покупателя, создавая ему комфортные условия?

1) в магазинах с полным обслуживанием;
2) в магазинах, имеющих небольшой торговый зал;
3) в магазинах со свободным отбором товара;
4) в магазинах самообслуживания;
5) во всех перечисленных магазинах.

Вопрос 5. Как называется минимаркет или "карманный " супермаркет, имеющий площадь торгового зала порядка 90-300 м^2 и организующий свою торговую деятельность по примеру супермаркетов?

1) бентам;
2) универсам;
3) супермаркет;
4) гипермаркет;
5) мегамаркет.

Задание 24.

Вопрос 1. Как называется универсальный магазин самообслуживания с площадью торгового зала от 400 м^2 до 2500 м^2, товарный ассортимент которого составляет 5-30 тысяч наименований и очень сильно колеблется по своему структурному содержанию?

1) бентам;
2) универсам;
3) супермаркет;
4) гипермаркет;
5) мегамаркет.

Вопрос 2. Как называется гигантский по размеру торговой площади супермаркет, площадь торгового зала которого в США составляет около 10 тысяч м^2 , во Франции - свыше 2500 м^2, а товарный ассортимент может состоять из 50-100 тысяч наименований?

1) бентам;
2) универсам;
3) супермаркет;
4) гипермаркет;
5) мегамаркет.

Вопрос 3. На какие группы делятся предприятия розничной торговли по уровню цен?

1) бентам, универсам; супермаркет; гипермаркет; мегамаркет;
2) магазины сниженных цен, магазины эксклюзивной торговли, фирменные магазины;
3) магазины сниженных цен, супермаркеты, гипермаркеты;
4) бентам, универсам; супермаркет; гипермаркет; мегамаркет; магазины сниженных цен, магазины эксклюзивной торговли, фирменные магазины;
5) супермаркет; гипермаркет; мегамаркет; магазины сниженных цен, магазины эксклюзивной торговли.

Вопрос 4. Как называются предприятия розничной торговли неновыми непродовольственными товарами, владелец которых, сдавший их в магазин, получает заранее оговоренный процент от его стоимости после реализации, а стоимость товаров устанавливается с согласия владельца товара?

1) дисконтная торговля;
2) торговля кэш энд кэрри;
3) комиссионная торговля;
4) секонд хенд;
5) нет правильного ответа.

Вопрос 5. Какие Вы можете назвать виды розничной торговли, различающиеся по характеру (форме) обслуживания покупателей?

1) торговля с заказом товаров по почте, продажа товаров по телефону;
2) торговля через торговые автоматы, торговля через электронные сети;
3) торговля с доставкой товара на дом или в офис, торговля вразнос, торговля по каталогу;
4) традиционная торговля в стационарных магазинах и передвижных палатках;
5) торговля с заказом товаров по почте, продажа товаров по телефону, торговля через торговые автоматы, торговля через электронные сети, торговля с доставкой товара на дом или в офис, торговля вразнос, торговля по каталогу, традиционная торговля в стационарных магазинах и передвижных палатках.

Задание 25.

Вопрос 1. Какие Вы знаете типы предприятий розничной торговли, различающиеся между собой по принадлежности?

1) торговля с заказом товаров по почте, продажа товаров по телефону, торговля через торговые автоматы, торговля через электронные сети, торговля с доставкой товара на дом или в офис, торговля вразнос, торговля по каталогу, традиционная торговля в стационарных магазинах и передвижных палатках;
2) корпоративная сеть, добровольная сеть, потребительские кооперативы, организации держателей привилегий, розничные конгломераты;
3) торговля с заказом товаров по почте, продажа товаров по телефону, торговля через торговые автоматы, торговля через электронные сети;
4) торговля с доставкой товара на дом или в офис, торговля вразнос, торговля по каталогу, традиционная торговля в стационарных магазинах и передвижных палатках; корпоративная сеть, добровольная сеть, потребительские кооперативы, организации держателей привилегий, розничные конгломераты;
5) торговля через электронные сети, торговля с доставкой товара на дом или в офис, торговля вразнос, торговля по каталогу, традиционная торговля в стационарных магазинах

и передвижных палатках; корпоративная сеть, добровольная сеть, потребительские кооперативы, организации держателей привилегий, розничные конгломераты.

Вопрос 2. Сколько Вы можете назвать критериев классификации предприятий розничной торговли?

1) 3;
2) 4;
3) 5;
4) 6;
5) 7.

Вопрос 3. Назовите основные критерии классификации предприятий розничной торговли:

1) ассортимент товаров; величина предприятия;
2) способ продаж; объем услуг;
3) расположение; организационно правовая форма;
4) ассортимент товаров; величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение; организационно правовая форма;
5) величина предприятия; способ продаж; объем услуг; расположение.

Вопрос 4. На основании каких переменных осуществляется анализ товарной политики предприятия?

1) ассортимент, расположение, организационно-правовая форма предприятия;
2) отдельные товарные единицы, товарные ассортиментные группы, товарная номенклатура;
3) ассортимент, расположение, организационно-правовая форма предприятия; отдельные товарные единицы, товарные ассортиментные группы, товарная номенклатура;
4) ассортимент, расположение, организационно-правовая форма предприятия; отдельные товарные единицы, товарные ассортиментные группы;
5) организационно-правовая форма предприятия; отдельные товарные единицы, товарные ассортиментные группы, товарная номенклатура.

Вопрос 5. Как называется основное потребительское предназначение товара, то, что удовлетворяет потребность?

1) реальное воплощение товара;
2) замысел товара;
3) дополнение к товару;
4) доставка товара;
5) использование товара.

Задание 26.

Вопрос 1. Как называются свойства товара, качество товара, упаковка, маркировка, товарные знаки (или знаки обслуживания)?

1) реальное воплощение товара;
2) замысел товара;
3) дополнение к товару;
4) доставка товара;
5) использование товара.

Вопрос 2. Как называются доставка, наладка, монтаж, гарантии, сервисное обслуживание?

1) реальное воплощение товара;
2) замысел товара;
3) дополнение к товару;
4) доставка товара;
5) использование товара.

Вопрос 3. Какой показатель определяет степень воспроизводства спроса, т.е. через какое время клиенту вновь потребуется данный товар?

1) товарный ассортимент;
2) товарная номенклатура;
3) замысел товара;
4) реальное воплощение товара;
5) длительность пользования товаром.

Вопрос 4. Как называется группа товаров, объединенных по одному из следующих признаков: функция применения, единая группа потребителей, единый порядок цен?

1) товарный ассортимент;
2) товарная номенклатура;
3) замысел товара;
4) реальное воплощение товара;
5) длительность пользования товаром.

Вопрос 5. Как называется совокупность всех ассортиментных групп и отдельных товарных единиц, предлагаемых рынку?

1) товарный ассортимент;
2) товарная номенклатура;
3) замысел товара;
4) реальное воплощение товара;
5) длительность пользования товаром.

Задание 27.

Вопрос 1. Какими показателями (параметрами) характеризуется товарная номенклатура?

1) функция применения, единая группа потребителей, единый порядок цен;
2) широта, глубина, сопоставимость;
3) функция применения, единая группа потребителей, единый порядок цен; широта, глубина, сопоставимость;
4) единая группа потребителей, единый порядок цен; широта;
5) единый порядок цен; широта, глубина, сопоставимость.

Вопрос 2. Сколько этапов включает в себя жизненный цикл товара?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Вопрос 3. Какие факторы влияют на стратегию ценообразования на предприятии?

1) задачи организации (предприятия); увеличение прибыли (цель – повышение цены), увеличение объема продаж (цель – уменьшение цены), увеличение доли рынка (цель – уменьшение цены), стратегия выживания (цель – уменьшение цены до 0,5 – 0,6 от истинной цены);
2) сегмент, на который рассчитано производство предприятия, позиция товара предприятия, жизненный цикл товара, уровень спроса, эластичность спроса;
3) задачи организации (предприятия); увеличение прибыли (цель – повышение цены), увеличение объема продаж (цель – уменьшение цены), увеличение доли рынка (цель – уменьшение цены), стратегия выживания (цель – уменьшение цены до 0,5 – 0,6 от истинной цены), сегмент, на который рассчитано производство предприятия, позиция товара предприятия, жизненный цикл товара, уровень спроса, эластичность спроса;
4) увеличение прибыли (цель – повышение цены), увеличение объема продаж (цель – уменьшение цены), увеличение доли рынка (цель – уменьшение цены), стратегия выживания (цель – уменьшение цены до 0,5 – 0,6 от истинной цены), сегмент, на который рассчитано производство предприятия;
5) стратегия выживания (цель – уменьшение цены до 0,5 – 0,6 от истинной цены), сегмент, на который рассчитано производство предприятия, позиция товара предприятия, жизненный цикл товара, уровень спроса, эластичность спроса.

Вопрос 4. Сколько Вы знаете способов определения цен?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Вопрос 5. Какие факторы влияют на стратегию ценообразования на рынке (факторы спроса)?

1) задачи организации (предприятия); увеличение прибыли (цель – повышение цены), увеличение объема продаж (цель – уменьшение цены), увеличение доли рынка (цель – уменьшение цены), стратегия выживания (цель – уменьшение цены до 0,5 – 0,6 от истинной цены);
2) сегмент, на который рассчитано производство предприятия, позиция товара предприятия, жизненный цикл товара, уровень спроса, эластичность спроса;
3) задачи организации (предприятия); увеличение прибыли (цель – повышение цены), увеличение объема продаж (цель – уменьшение цены), увеличение доли рынка (цель – уменьшение цены), стратегия выживания (цель – уменьшение цены до 0,5 – 0,6 от истинной цены), сегмент, на который рассчитано производство предприятия, позиция товара предприятия, жизненный цикл товара, уровень спроса, эластичность спроса;
4) увеличение прибыли (цель – повышение цены), увеличение объема продаж (цель – уменьшение цены), увеличение доли рынка (цель – уменьшение цены), стратегия выживания (цель – уменьшение цены до 0,5 – 0,6 от истинной цены), сегмент, на который рассчитано производство предприятия;
5) стратегия выживания (цель – уменьшение цены до 0,5 – 0,6 от истинной цены), сегмент, на который рассчитано производство предприятия, позиция товара предприятия, жизненный цикл товара, уровень спроса, эластичность спроса.

Задание 28.

Вопрос 1. Как называется сбыт товара через возможно большое число торговых точек (применяется для товаров массового производства и спроса, а также для товаров с малыми сроками хранения)?

1) эксклюзивное распределение;
2) интенсивное распределение;
3) распределение через посредников;
4) прямое распределение;
5) селективное распределение.

Вопрос 2. Как называется путь от производителя до конечного потребителя, на котором встречаются юридические и (или) физические лица, передающие право собственности на товар?

1) сегментирование рынка;
2) товарооборот;
3) каналы распределения товаров;
4) маркетинговое исследование рынка;
5) маркетинг-микс.

Вопрос 3. Как называется продвижение товара одновременно от нескольких предприятий, находящихся в одной технологической цепочке?

1) горизонтальный маркетинг;
2) многоуровневый маркетинг;
3) сетевой маркетинг;
4) селективный маркетинг;
5) вертикальный маркетинг.

Вопрос 4. Из каких составляющих состоит комплекс товародвижения?

1) административные расходы, обработка заказов, транспортировка;
2) получение и отгрузка товаров, решение проблем упаковки;
3) складирование, формирование и поддержка оптимальных запасов на складах;
4) административные расходы, обработка заказов, транспортировка, получение и отгрузка товаров, решение проблем упаковки, складирование, формирование и поддержка оптимальных запасов на складах;
5) обработка заказов, транспортировка, получение и отгрузка товаров, решение проблем упаковки, складирование.

Вопрос 5. Какой вид транспорта является самым используемым?

1) железнодорожный;
2) вводный транспорт;
3) автомобильный;
4) трубопроводный;
5) воздушный.

Задание 29.

Вопрос 1. Какие Вы можете назвать виды складов по признаку «вид хранимого товара»?

1) входные (материальные); внутрипроизводственный склад (хранятся узлы и детали, которые производятся на данном предприятии); выходные склады; по типу конструкции; закрытые; открытые;

2) универсальные; специальные;

3) входные (материальные); внутрипроизводственный склад (хранятся узлы и детали, которые производятся на данном предприятии); выходные склады; по типу конструкции; закрытые; открытые; универсальные; специальные;

4) внутрипроизводственный склад (хранятся узлы и детали, которые производятся на данном предприятии); выходные склады; по типу конструкции; закрытые; открытые; универсальные;

5) выходные склады; по типу конструкции; закрытые; открытые; универсальные; специальные.

Вопрос 2. Как называется зарегистрированное обозначение, которое служит для отличия товара данного предприятия от товаров других фирм?

1) упаковка;
2) маркировка;
3) штриховое кодирование;
4) товарный знак;
5) имидж.

Вопрос 3. Как называется совокупность свойств продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные им предполагаемые потребности?

1) упаковка;
2) маркировка;
3) штриховое кодирование;
4) товарный знак;
5) качество.

Вопрос 4. Где и когда были впервые использованы штриховые коды?

1) в Японии в начале 50-х годов;
2) в США в начале 60-х годов;
3) в Великобритании в начале 70-х годов;
4) в СССР в конце 60-х годов;
5) во Франции в конце 70-х годов.

Вопрос 5. Сколько Вы можете назвать основных общих требований, предъявляемых к упаковке?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;
5) 6.

Задание 30.

Вопрос 1. Из кого складывается потенциальное число посетителей магазина розничной торговли?

1) из жителей, проживающих в данном микрорайоне;
2) из пешеходов - жителей других районов;
3) из проезжающих мимо автоводителей с пассажирами;
4) из людей, специально приезжающих в данный магазин за покупками;

5) из жителей, проживающих в данном микрорайоне, из пешеходов - жителей других районов, из проезжающих мимо автоводителей с пассажирами, из людей, специально приезжающих в данный магазин за покупками.

Вопрос 2. Какие показатели розничной торговли являются наиболее важными в отношении имиджа организации?

1) соотношение "цена-качество" товарного ассортимента; атмосфера магазина; внешний вид здания магазина, особенно витрин, входной двери;
2) состояние прилегающей территории; внешний вид и поведение продавцов; оформление торговых прилавков, витрин;
3) чистота торгового зала и вспомогательных помещений; отношение к проблемам покупателей;
4) внешний вид здания магазина, особенно витрин, входной двери; состояние прилегающей территории; внешний вид и поведение продавцов;
5) соотношение "цена-качество" товарного ассортимента; атмосфера магазина; внешний вид здания магазина, особенно витрин, входной двери; состояние прилегающей территории; внешний вид и поведение продавцов; оформление торговых прилавков, витрин; чистота торгового зала и вспомогательных помещений; отношение к проблемам покупателей.

Вопрос 3. Приведите некоторые примеры реализации маркетинговых решений в сфере закупок в розничной торговле:

1) ориентация на отечественных местных производителей; ориентация на импортеров;
2) ориентация на товары с низкими ценами; ориентация на закупку малых партий;
3) ориентация на ассортиментную закупку; ориентация на закупку известных торговых марок;
4) ориентация на отечественных местных производителей; ориентация на импортеров; ориентация на товары с низкими ценами; ориентация на закупку малых партий; ориентация на ассортиментную закупку; ориентация на закупку известных торговых марок;
5) ориентация на отечественных местных производителей; ориентация на импортеров; ориентация на товары с низкими ценами; ориентация на закупку малых партий.

Вопрос 4. Как называется модель, которая обычно привлекается для определения оптимальной структуры товарного ассортимента, учитывающей фазу жизненного цикла товаров с точки зрения темпов роста объема их продаж на данном рынке и долю объемов продаж этих товаров по отношению к доле конкурента?

1) модель Леонтьева;
2) матричная Бостонская модель;
3) модель «затраты-выпуск»;
4) модель Дельфи;
5) модель Харрода.

Вопрос 5. Сколько основных методов ценообразования используется на предприятиях розничной торговли?

1) 2;
2) 3;
3) 4;
4) 5;

5) 6.

Задание 31.

Вопрос 1. Какую коммуникативную политику проводят розничные магазины с малым товарооборотом?

1) большие расходы на рекламу и стимулирование;
2) личные контакты продавцов с покупателями;
3) большие расходы на рекламу и стимулирование, личные контакты продавцов с покупателями;
4) большие расходы на рекламу, личные контакты продавцов с покупателями;
5) личные контакты продавцов с покупателями, большие расходы на стимулирование.

Вопрос 2. Что из ниже перечисленного относится к сервисному обслуживанию покупателей розничной торговли?

1) витрина, расположение товара на стеллажах, охраняемая стоянка транспортных средств;
2) детская комната или детские аттракционы, кафе, бесплатный городской телефон, доставка товаров по адресу;
3) расположение товара на стеллажах, охраняемая стоянка транспортных средств, детская комната или детские аттракционы, кафе, бесплатный городской телефон, доставка товаров по адресу;
4) витрина, расположение товара на стеллажах, охраняемая стоянка транспортных средств, детская комната или детские аттракционы, кафе, бесплатный городской телефон, доставка товаров по адресу;
5) витрина, бесплатный городской телефон, доставка товаров по адресу.

Вопрос 3. Какие показатели эффективности характеризуют ассортимент товаров и его формирование в розничной торговле?

1) соответствие объема и структуры товарного предложения объему и структуре покупательского спроса, степень обновления ассортимента, коэффициент завершенности покупки, объем и структура неудовлетворенного спроса, рентабельность рекламных мероприятий;
2) широта ассортимента, глубина ассортимента, коэффициент обновления ассортимента, коэффициент устойчивости ассортимента;
3) индекс роста товарооборота, прирост (сокращение) времени обращения товаров, степень соответствия товарных запасов нормативу, индекс выполнения плана закупок, степень выполнения договорных обязательств поставщиками, ритмичность поступления товаров по ассортименту, коэффициент допустимого уровня качества товаров, индекс валового дохода;
4) прирост валового дохода от коммерческих операций, прирост прибыли от коммерческой деятельности, соотношение доходов и расходов по закупке и реализации товаров;
5) правильного ответа нет.

Вопрос 4. Какие показатели эффективности характеризуют планирование товарного предложения и обеспечение товарами?

1) соответствие объема и структуры товарного предложения объему и структуре покупательского спроса, степень обновления ассортимента, коэффициент завершенности

покупки, объем и структура неудовлетворенного спроса, рентабельность рекламных мероприятий;

2) широта ассортимента, глубина ассортимента, коэффициент обновления ассортимента, коэффициент устойчивости ассортимента;

3) индекс роста товарооборота, прирост (сокращение) времени обращения товаров, степень соответствия товарных запасов нормативу и выполнения плана закупок, степень выполнения договорных обязательств поставщиками, Ритмичность поступления товаров по ассортименту, коэффициент допустимого уровня качества товаров, индекс валового дохода;

4) прирост валового дохода от коммерческих операций, прирост прибыли от коммерческой деятельности, соотношение доходов и расходов по закупке и реализации товаров;

5) правильного ответа нет.

Вопрос 5. Какие показатели эффективности характеризуют формирование и стимулирование спроса?

1) соответствие объема и структуры товарного предложения объему и структуре покупательского спроса, степень обновления ассортимента, коэффициент завершенности покупки, объем и структура неудовлетворенного спроса, рентабельность рекламных мероприятий;

2) широта ассортимента, глубина ассортимента, коэффициент обновления ассортимента, коэффициент устойчивости ассортимента;

3) индекс роста товарооборота, прирост (сокращение) времени обращения товаров, степень соответствия товарных запасов нормативу, индекс выполнения плана закупок, степень выполнения договорных обязательств поставщиками, ритмичность поступления товаров по ассортименту, коэффициент допустимого уровня качества товаров, индекс валового дохода;

4) прирост валового дохода от коммерческих операций, прирост прибыли от коммерческой деятельности, соотношение доходов и расходов по закупке и реализации товаров;

5) правильного ответа нет.

Задание 32.

Вопрос 1. Какие показатели эффективности характеризуют экономическая эффективность коммерческой деятельности?

1) соответствие объема и структуры товарного предложения объему и структуре покупательского спроса, степень обновления ассортимента, коэффициент завершенности покупки, объем и структура неудовлетворенного спроса, рентабельность рекламных мероприятий;

2) широта ассортимента, глубина ассортимента, коэффициент обновления ассортимента, коэффициент устойчивости ассортимента;

3) индекс роста товарооборота, прирост (сокращение) времени обращения товаров, степень соответствия товарных запасов нормативу, индекс выполнения плана закупок, степень выполнения договорных обязательств поставщиками, ритмичность поступления товаров по ассортименту, коэффициент допустимого уровня качества товаров, индекс валового дохода;

4) прирост валового дохода от коммерческих операций, прирост прибыли от коммерческой деятельности, соотношение доходов и расходов по закупке и реализации товаров;
5) правильного ответа нет.

Вопрос 2. Какой показатель хозяйственной деятельности розничной торговли при выборе партнеров- поставщиков является наиболее предпочтительным для всех типов предприятий?

1) условия поставок;
2) избежание риска;
3) прибыль;
4) ассортимент товаров;
5) месторасположение поставщика.

Вопрос 3. Какие показатели хозяйственной деятельности розничной торговли завершают и обобщают оценку коммерческой деятельности?

1) ассортимент товаров и его формирование;
2) планирование товарного предложения и обеспечение товарами;
3) формирование и стимулирование спроса;
4) экономическая эффективность коммерческой деятельности;
5) правильного ответа нет.

Вопрос 4. Как называется показатель, который свидетельствует о развитии и характере хозяйственных связей розничной торговли, как с отечественными, так и зарубежными партнерами, а также работе предприятий по обновлению ассортимента?

1) коэффициент рентабельности;
2) коэффициент ликвидности;
3) коэффициент обновления ассортимента;
4) коэффициент устойчивости ассортимент;
5) коэффициент деловой активности.

Вопрос 5. Как называется показатель, который характеризует видовой состав предлагаемых товаров в товарной группе (подгруппе)?

1) коэффициент рентабельности;
2) коэффициент ликвидности;
3) коэффициент обновления ассортимента;
4) коэффициент устойчивости ассортимента;
5) коэффициент деловой активности.

Задание 33.

Вопрос 1. Как называется облеченное в установленную форму указание компетентного государственного органа, адресованное хозяйствующим субъектам или конкретному субъекту и содержащее требование о ведении предпринимательской деятельности определенным образом или о приведении ее в определенное состояние?

1) норма государственного права;
2) прямое государственное регулирование;
3) косвенное государственное регулирование;

4) акт государственного регулирования;
5) норма государственного регулирования.

Вопрос 2. Какие Вы можете назвать инструменты государственного регулирования?

1) нормы;
2) нормативы;
3) лимиты;
4) нормы, нормативы, лимиты;
5) нормы, лимиты.

Вопрос 3. Как называется правовой режим регулирования внешнеэкономической деятельности, при котором одно государство на основании международного договора предоставляет физическим и юридическим лицам другого договаривающегося государства такие же права, какие предоставлены в области внешнеэкономической деятельности физическим и юридическим лицам третьего государства?

1) национальный режим;
2) режим наибольшего благоприятствования;
3) специальный режим;
4) преференциальный режим;
5) нет правильного ответа.

Вопрос 4. Как называется правовой режим регулирования внешнеэкономической деятельности, при котором развитые государства в одностороннем порядке в соответствии с международным правом предоставляют физическим и юридическим лицам развивающихся стран особые права, льготы и преимущества без взаимности?

1) национальный режим;
2) режим наибольшего благоприятствования;
3) специальный режим;
4) преференциальный режим;
5) нет правильного ответа.

Вопрос 5. Как называется правовой режим регулирования внешнеэкономической деятельности, при котором государство на взаимной основе предоставляет физическим и юридическим лицам договаривающихся государств особые права для осуществления внешнеэкономической деятельности?

1) национальный режим;
2) режим наибольшего благоприятствования;
3) специальный режим;
4) преференциальный режим;
5) нет правильного ответа.

Задание 34.

Вопрос 1. Как называется правовой режим регулирования внешнеэкономической деятельности, при котором одно государство на основании международного договора или своего законодательства предоставляет физическим и юридическим лицам другого государства такие же права, какими пользуются его собственные физические и юридические лица при осуществлении внешнеэкономической деятельности?

1) национальный режим;
2) режим наибольшего благоприятствования;

3) специальный режим;
4) преференциальный режим;
5) нет правильного ответа.

Вопрос 2. Какие Вы знаете методы государственного регулирования внешнеторговой деятельности?

1) экономические и административные;
2) тарифные и нетарифные;
3) правовые и неправовые;
4) экономические, неэкономические, тарифные, нетарифные;
5) экономические и административные, тарифные и нетарифные; правовые и не правовые.

Вопрос 3. Какой метод государственного регулирования внешнеэкономической деятельности представляет собой воздействие государства на предпринимательскую деятельность в сфере внешней торговли, не связанное с применением таможенного тарифа и использующее как экономические, так и административные меры?

1) тарифное регулирование;
2) нетарифное регулирование;
3) тарифное и нетарифное регулирование;
4) экономическое и неэкономическое регулирование;
5) правовое и неправовое.

Вопрос 4. Какой метод государственного регулирования внешнеэкономической деятельности осуществляется путем установления таможенных пошлин и относится к экономическому методу регулирования?

1) тарифное регулирование;
2) нетарифное регулирование;
3) тарифное и нетарифное регулирование;
4) экономическое и неэкономическое регулирование;
5) правовое и неправовое.

Вопрос 5. Что из ниже перечисленного относится к нетарифным методам регулирования?

1) установление количественных ограничений путем квотирования и лицензирования, установление разрешительного (лицензионного) порядка экспортно-импортных операций, введение прямых запретов и ограничений экспорта и (или) импорта, установление государственной монополии на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров;
2) применение защитных мер в отношении импорта товаров, налоговое регулирование внешнеэкономической деятельности;
3) установление экспортного контроля, валютного контроля, контроля за качеством импортных товаров, а также применение мер по стимулированию экспорта;
4) установление количественных ограничений путем квотирования и лицензирования, установление разрешительного (лицензионного) порядка экспортно-импортных операций, введение прямых запретов и ограничений экспорта и (или) импорта, установление государственной монополии на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров, применение защитных мер в отношении импорта товаров, налоговое регулирование внешнеэкономической деятельности, установление экспортного контроля, валютного

контроля, контроля за качеством импортных товаров, а также применение мер по стимулированию экспорта;

5) установление количественных ограничений путем квотирования и лицензирования, установление разрешительного (лицензионного) порядка экспортно-импортных операций, введение прямых запретов и ограничений экспорта и (или) импорта, установление государственной монополии на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров, применение защитных мер в отношении импорта товаров, налоговое регулирование внешнеэкономической деятельности.

Задание 35.

Вопрос 1. Как называются юридические акты различных государственных органов, в которых содержатся правовые нормы?

1) источники права;
2) акты органов государственной власти;
3) акты органов местной власти;
4) акты органов государственной и местной власти;
5) нет правильного ответа.

Вопрос 2. На какие группы могут быть разделены акты, содержащие правовые нормы, источники предпринимательского права, в зависимости от юридической силы?

1) акты федеральных органов власти и акты региональных органов власти;
2) акты субъектов федерации и акты органов местного самоуправления;
3) акты федеральных органов власти и акты органов бывшего СССР;
4) акты федеральных органов власти и международные акты;
5) акты федеральных органов; акты субъектов Российской Федерации; акты органов местного самоуправления; акты органов бывшего СССР; международные акты.

Вопрос 3. Что включается в розничный товарооборот для проведения федерального государственного статистического наблюдения по торговле?

1) продажа товаров за наличный расчет населению; продажа товаров населению по безналичному расчету (посредством кредитных карточек и перечислением со счетов);
2) продажа продовольственных товаров отдельным юридическим лицам (социального назначения: больницам, детским учреждениям, домам инвалидов, престарелых и т.п.);
3) продажа товаров за наличный расчет населению; продажа продовольственных товаров отдельным юридическим лицам (социального назначения: больницам, детским учреждениям, домам инвалидов, престарелых и т.п.);
4) продажа товаров населению по безналичному расчету (посредством кредитных карточек и перечислением со счетов); продажа продовольственных товаров отдельным юридическим лицам (социального назначения: больницам, детским учреждениям, домам инвалидов, престарелых и т.п.);
5) продажа товаров за наличный расчет населению; продажа товаров населению по безналичному расчету (посредством кредитных карточек и перечислением со счетов); продажа продовольственных товаров отдельным юридическим лицам (социального назначения: больницам, детским учреждениям, домам инвалидов, престарелых и т.п.).

Вопрос 4. Какая ответственность предусмотрена за денежные расчеты с населением в розничной торговле без использования контрольно-кассовых машин (ККМ)?

1) штраф в 10-кратном установленном законом размере минимальной месячной оплаты труда, но не менее 20 процентов от стоимости товара (услуги);
2) штраф в 350-кратном установленном законом размере минимальной месячной оплаты труда;
3) штраф в 200-кратном установленном законом размере минимальной месячной оплаты труда;
4) штраф в 700-кратном установленном законом размере минимальной месячной оплаты труда;
5) штраф в 100-кратном установленном законом размере минимальной месячной оплаты труда.

Вопрос 5. Вставьте пропущенные слова в текст: «Продажа товаров … … для конечного потребления по … расчету определяется как … торговля».

1) физическим лицам, безналичному, розничная;
2) юридическим лицам, безналичному, оптовая;
3) юридическим лицам, наличному, оптовая;
4) физическим лицам, наличному, оптовая;
5) юридическим и физическим лицам, безналичному, оптовая.

МДК. 01.02.

1. Виды, функции, устройство и планирование товарных складов

1. Основные операционные зоны общетоварных складов:

а) разгрузки транспортных средств, приемки товаров по количеству и качеству, хранения, фасовки, комплектования заказов, погрузки автомобильного транспорта

б) погрузки автомобильного транспорта, фасовки, хранения, разгрузки транспортных средств

2. Виды товарных складов в зависимости от выполняемых функций:

а) открытые и закрытые склады

б) специального и подсобного назначения

в) основного производственного назначения и вспомогательные

г) подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного хранения, долгосрочного хранения и накопительные

д) общепроизводственного и социального назначения

3. Основные функции большинства складов:

а) получение товаров от поставщиков и осуществление контроля за их качеством, накопление товарных запасов и обеспечение надлежащих условий их хранения, расчет за отобранные товары, подсортировку и подготовку товаров к продаже, комплектование заказов оптовых покупателей

б) получение товаров от поставщиков и осуществление контроля за их качеством, накопление товарных запасов и обеспечение надлежащих условий их хранения, подсортировку и подготовку товаров к продаже, комплектование заказов оптовых покупателей, товароснабжение розничной торговой сети

4. Складские помещения делят на следующие группы:

а) основного производственного назначения, вспомогательные, подсобного назначения, подсортировочно – распределительные

б) основного производственного назначения, вспомогательные, подсобного назначения

5. Основными конструктивными элементами складского здания являются

а) фундамент, стены, опорные колонны, междуэтажные перекрытия, полы, кровля, рампы и козырьки над ними (навесы), двери и окна

б) стены, опорные колонны, междуэтажные перекрытия, полы, кровля, двери и окна

в) фундамент, стены, опорные колонны, междуэтажные перекрытия, полы, кровля, рампы и козырьки над ними (навесы), двери и окна, междуэтажные перекрытия

2. Организация транспортно-экспедиционных операций; пути повышения эффективности перевозок товаров

1. Договора, заключаемые между торговыми организации и автохозяйствами включают:

а) объем и сроки перевозок, порядок выполнения погрузочно-разгрузочных работ и экспедирования товаров, материальная ответственность, определяются рациональные формы, маршруты и схемы грузоперевозок

б) объем и сроки перевозок, порядок составления, представления и выполнения заявок на перевозку грузов, порядок выполнения погрузочно-разгрузочных работ и экспедирования товаров, материальная ответственность, определяются рациональные формы, маршруты и схемы грузоперевозок

2. В зависимости от срока действия различают договоры

а) разовые и долгосрочные

б) годовые и долгосрочные

3.Договор транспортной экспедиции -

а) одна сторона (экспедитор) обязуется за вознаграждение и за счет другой стороны (грузоотправителя или грузополучателя) выполнить или организовать выполнение определенных договором экспедиции услуг, связанных с перевозкой груза.

б) договор на перевозку грузов, в которых устанавливаются объем и сроки перевозок, порядок составления, представления и выполнения заявок на перевозку грузов, порядок выполнения погрузочно-разгрузочных работ и экспедирования товаров, материальная ответственность

4. К числу факторов, определяющих более интенсивное использование транспорта относятся:

а) повышение коэффициента сменности работы транспорта, сокращение простоев, улучшение использования пробега

б) повышение коэффициента сменности работы транспорта, сокращение простоев, ускорение погрузочно-разгрузочных работ;

в) улучшение использования грузоподъемности транспортных средств, повышение коэффициента сменности работы транспорта, сокращение простоев, улучшение использования пробега, ускорение погрузочно-разгрузочных работ.

3. Организация системы товароснабжения.

1. Товароснабжение - это...

а) комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли

б) комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до потребителя

в) комплекс коммерческих и технологических операций по производству товаров народного потребления

г) система мероприятий по снабжению производственных предприятий сырьем и материалами

2. Товароснабжение розничных торговых предприятий основывается на следующих основных принципах:

а) планомерность, ритмичность, технологичность

б) конкретность, комплектность, ритмичность, целенаправленность

в) правдивость, оперативность, централизация

г) планомерность, ритмичность, оперативность, экономичность, централизация, технологичность

д) ритмичность, экономичность, технологичность, целенаправленность

3. Операции, связанные с куплей-продажей товаров и выполняемые по поручению производителя торговым посредником на основе заключенного между ними соглашения или отдельного поручения:

а) посреднические услуги

б) торгово-посреднические операции

4. Письменное предложение продавца, направленное возможному покупателю, о продаже партии товара на определенных продавцом условиях:

а) оферта

б) договор купли – продажи

5. Виды оферты:

а) твердая, свободная, подвижная

б) твердая, свободная

4. Принципы размещения розничной торговой сети. Специализация и типизация розничных торговых организаций.

1. Розничная торговая сеть – это

а) совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания покупателей

б) совокупность видов предпринимательской деятельности, увеличивающая ценность товаров и услуг, продаваемых потребителям и предназначенных для личного или семейного использования

в) включает всю предпринимательскую деятельность, связанную с продажей товаров и услуг конечным потребителям для личного, семейного или домашнего использования

2. Принципы (методы) размещения розничной торговой сети:

а) равномерный

б) групповой

в) концентрический (ступенчатый)

г) все выше перечисленные

3. Специализация торговой сети —

а) это ограничение деятельности торговых предприятий по реализации отдельных товарных групп, подгрупп

б) это соотношение торговых площадей, используемых для реализации отдельных групп товаров

4. Показатели типизации торговых предприятий:

а) торговая площадь, товарный ассортимент, форма продажи товаров

б) установочная площадь магазина, стационарность, величина товарооборота.
5. Необходимость территориального сближения магазинов разного товарного профиля, с целью обеспечения удовлетворения комплексного спроса на товары означает:
а) принцип группового размещения
б) принцип равномерности
5. Рекламно-информационное оформление магазина
1. Внешняя информация торгового предприятия
а) Вывеска, указатели;
б) Вывеска, указатели, пиктограммы.
2. Внутримагазинная информации
а) указатели, ценники, объявления,
б) указатели, ценники, объявления, информационные схемы.
в) ценники, информационные схемы.
3. Вывеска магазина включает
а) название магазина, фирменный знак, временя работы.
б) название магазина, фирменный знак, временя работы, адрес магазина.
4. По характеру оформления витрины подразделяют
а) товарные, товарно-декоративные,
б) товарно-декоративные и сюжетные,
в) товарные, товарно-декоративные и сюжетные.
5. Основные элементы оформления магазина
а) торговое оборудование, витрины,
б) торговое оборудование, витрины, макеты, цветы.
6. Понятие и содержание технологического процесса на складе, технико-экономические показатели работы склд
1. В основу рациональной организации складского технологического процесса положены следующие важнейшие принципы:
а) планомерность и ритмичность
б) рациональная организация товарного потока
в) эффективное использование средств труда и полная сохранность свойств товаров
г) механизация и автоматизация складских операций
д) все выше перечисленные варианты
2. Отпуск товаров включает следующие основные операции:
а) оформление продажи (отпуска), отборку товаров с мест хранения в) подсортировку и подготовку товаров к продаже г) подготовку к отпуску д) отгрузку по назначению
б) оформление продажи (отпуска) отборку товаров с мест хранения, подготовку к отпуску, отгрузку по назначению
3. При увеличении среднего срока хранения товаров коэффициент использования емкости склада...
а) увеличивается
б) уменьшается
в) не изменяется
4. Себестоимость складской переработки - это...
а) затраты денежных средств на переработку 1 тонны груза
б) затраты времени и средств на переработку 1 тонны груза

в) совокупные затраты денежных средств на строительство и эксплуатацию склада
г) затраты денежных средств на переработку 1 тонны сырья на складе
5. Емкость склада - это...
а) площадь складских помещений, занимаемая стеллажами, поддонами, предназначенными для хранения товаров
б) максимальное расчетное количество грузов, которое может быть размещено для хранения на данном складе
в) общий объем складских помещений, предназначенный для хранения грузов
г) количество грузов, которое размещено для хранения на данном складе в данный момент времени
6. Грузооборот склада - это...
а) количество грузов, которые были переработаны на складе за определенный период времени
б) максимальное количество грузов, которое может быть размещено для хранения на данном складе
в) оптимальное количество грузов, которое может быть размещено для хранения на данном складе
г) количество грузов, отправленных получателю за определенный период времени
д) количество грузов, принятых на хранение за определенный период времени
7. Позиционирование товара. Основные ошибки позиционирования
1. Позиционирование - это
а)комплекс мер, благодаря которым в сознании целевых потребителей данный товар занимает собственное место по отношению к другим аналогичным товарам
б) ключевое преимущество товара, которое позволяет потребителю удовлетворять свои потребности наилучшим образом, отличает данный продукт от товаров конкурентов и является источником мотивации его покупок
2. Позиционирование товара на рынке основывается на
а) надежности
б) имидже
в) дифференцировании
3. Направления дифференцирования товара:
а) продукт, услуги, персонал, канал распределения, имидж
б) продукт, услуги, канал распределения, имидж
4.Основные ошибки позиционирования товара на рынке:
а) не до позиционирование товара на рынке, сверх позиционирование товара на рынке, запутанное позиционирование товара на рынке, сомнительное позиционирование товара на рынке
б) сверх позиционирование товара на рынке, запутанное позиционирование товара на рынке, сомнительное позиционирование товара на рынке
8. Ценовое стимулирование сбыта товара. Неценовые методы стимулирования сбыта.
1 . По стадиям ценообразования цены различают на:
а) оптовые отпускные, оптовые закупочные, рыночные, розничные
б) оптовые отпускные, оптовые закупочные, розничные
2. По характеру ценовой информации цены бывают:
а) цены фактических сделок, оптовые аукционные, биржевые

б) цены фактических сделок, аукционные, биржевые
3. Способы, используемые для стимулирования сбыта товаров:
а) демонстрация товаров и реклама, ценовые стимулы, премии, образцы, выкладка товаров
б) демонстрация товаров и реклама, ценовые стимулы, премии, образцы
4. Виды стимулирования продаж
а) прямое снижение цен, купонаж., возмещение с отсрочкой
б) прямое снижение цен, купоны с отсрочкой, возмещение с отсрочкой.
5. Возмещения с отсрочкой виды
а) простое возмещение с отсрочкой, cash-refund, совмещённое возмещение с отсрочкой,
б) простое возмещение с отсрочкой, cash-refund, совмещённое возмещение с отсрочкой, учётные купоны, снижение цен, совмещённое с общественно полезным мероприятием.
5.Неценовые методы стимулирования:
а) зачетные талоны, подарки, упаковка многоразового использования, конкурсы и игры, лотереи, увеличенный срок гарантии,
б) зачетные талоны, подарки, премии, бесплатные образцы, упаковка многоразового использования, конкурсы и игры, лотереи, увеличенный срок гарантии, объемное стимулирование.
9. Организация процесса продажи товаров и методы расстановки оборудования в торговом зале.
1.К основным торговым функциям предприятий розничной торговли относят:
а) изучение покупательского спроса на товары, формирование ассортимента товаров, размещение и выкладка товаров на торговое оборудование в торговом зале, составление заявок на завоз товаров, хранение товаров, внутримагазинное перемещение
б) изучение покупательского спроса на товары, формирование ассортимента товаров, составление заявок на завоз товаров, хранение товаров, внутримагазинное перемещение
2. К внемагазинным формам продажи товаров относят:
а) продажу товаров через сеть мелкорозничных предприятий
б) розничную посылочную торговлю
в) продажу товаров через автоматы
г) продажу товаров на ярлыках и базарах
д) все выше перечисленные формы
3. В розничной торговле применяют следующие методы продажи товаров:
а) самообслуживание и индивидуальное обслуживание покупателей (через прилавок обслуживания)
б) по образцам
в) с открытой выкладкой
г) по предварительным заказам
д) все выше перечисленные варианты
4. Основные торговые функции магазинов следующие:
а) составление заявок на завоз товаров
б) изучение покупательского спроса на товары
в) формирование ассортимента товаров
г) реклама товаров и услуг
д) все вышеперечисленные функции
5. Назовите основные способы выкладки товаров:

а) прямой, вертикальный
б) горизонтальный, перекрестный
в) вертикальный, горизонтальный
6. Под размещением товаров понимают:
а) процесс расположения, укладки и показа товаров на торговом оборудовании
б) распределение на площади торгового зала в соответствии с планом помещения
10. Формирование ассортимента товаров и факторы, влияющие на него в розничном торговом предприятии.
1 Номенклатура (перечень) товаров, предназначенных для продажи в предприятиях розничной и оптовой торговли:
а) торговый ассортимент
б) промышленный ассортимент.
2. Основные свойства ассортимента:
а) широта, глубина, устойчивость
б) полнота, степень обновления, устойчивость
3. Ассортиментный перечень - это...
а) перечень наименований товаров, соответствующий установленной широте ассортимента, и минимально необходимое количество разновидностей товаров, которые постоянно должны быть в наличии на складе
б) минимальное количество товара, которое постоянно должно быть в наличии в магазине
в) перечень конкретных разновидностей товаров каждой группы, которые имеются в наличии на складе в данный момент времени
г) минимальное количество товара, которое постоянно должно быть в наличии в магазине
д) соотношение товарных групп, отвечающее требованию максимальной широты ассортимента торгового
4. Глубина ассортимента товаров должна быть выше...
а) в специализированном магазине
б) в универсальном магазине
в) в комбинированном магазине
г) в магазинах по обслуживанию не защищенных слоев населения
5. От степени ограничения ассортимента товаров и его полноты магазины подразделяют на следующие группы:
а) товарные и производственные
б) универсальные, комбинированные, специализированнные
в) смешанные
г) продовольственные и промышленные
6. На какие группы подразделяются товары по частоте спроса:
а) стабильного и альтернативного
б) импульсивного и повседневного
в) повседневного, периодического и редкого
г) стабильного и редкого
д) периодического и повседневного
11. Организация оптовых закупок товаров. Формы товароснабжения и факторы, влияющие на их выбор.

1. Укажите формы товароснабжения розничной торговой сети в зависимости от источников поступления товаров
а) транзитная, оперативная
б) развозная, материально-техническая
в) складская, транзитная
2. Оперативность товароснабжения предусматривает:
а) осуществление его по графикам, определяющим частоту и периодичность завоза товаров
б) зависимость периодичности доставки товаров от определенных условий
в) его осуществление с минимальными затратами рабочего времени, материальных и денежных средств
3. ### доставки организуются для обслуживания небольших по масштабу географических районов и осуществляются в течение рабочего дня
а) местные
б) районные
4. При ### затратах стоимость транспортировки не включается в стоимость товара и определяется отдельно
а) прямых
б) производственных
12. Назначение и классификация товарных складов. Организация технологических процессов на складе.
1. По ассортиментному признаку склад делят на:
а) общетоварные и специальные
б) универсальные и специализированные
в) экспедиционные и накопительные
г) открытые и закрытые
д) открытые, полузакрытые и закрытые
е) универсальные, специализированные и смешанные
2. Складские помещения делят на следующие группы:
а) основного производственного назначения
б) специального и подсобного назначения
в) основного производственного назначения и вспомогательные
г) основного производственного назначения, вспомогательные, подсобно-технические, административно-бытовые
д) общепроизводственного и социально-бытового назначения
3. Виды товарных складов в зависимости от выполняемых функций:
а) открытые и закрытые склады
б) специального и подсобного назначения
в) основного производственного назначения и вспомогательные
г) подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного хранения, долгосрочного хранения и накопительные
д) общепроизводственного и социального назначения
4. В основу рациональной организации складского технологического процесса положены следующие важнейшие принципы:
а) планомерность и ритмичность

б) рациональная организация товарного потока
в) эффективное использование средств труда и полная сохранность свойств товаров
г) механизация и автоматизация складских операций
д) все выше перечисленные варианты
13. Принципы размещения розничной торговой сети. Количественные и качественные характеристики розничной торговой сети. Классификация розничной торговой сети.
1.По товарно-ассортиментному профилю всю розничную сеть можно подразделить на следующие виды:
а) универсальная, специализированная, смешанная
б) стационарная, смешанная, универсальная
в) передвижная, специализированная на торговле товарной группой, универсальная.
2. По стационарности розничную сеть можно подразделить на
а) стационарную, полустационарную, передвижную
б) стационарная, смешанная, универсальная
в) стационарная, полустационарную, смешанная
3. Показатели, характеризующие качество розничной торговой сети:
а) плотность торговой сети, обеспеченность населения розничной торговой сетью, доля полустационарной сети в общем количестве розничной торговой сети, уровень специализации розничной торговой сети, общая численность торговых предприятий, средняя торговая площадь магазина, соотношение торговой и неторговой площадей магазина
б) плотность торговой сети, обеспеченность населения розничной торговой сетью, уровень специализации розничной торговой сети, средняя торговая площадь магазина, соотношение торговой и неторговой площадей магазина
в) обеспеченность населения розничной торговой сетью, доля полустационарной сети в общем количестве розничной торговой сети, уровень специализации розничной торговой сети, общая численность торговых предприятий, средняя торговая площадь магазина
4.Плотность торговой сети -
а) это количество торговых единиц, приходящихся на 10 тыс. жителей
б) это количество торговых единиц, приходящихся на 1 тыс. жителей
в) это количество торговых единиц, приходящихся на 100 тыс. жителей
5.Обеспеченность населения розничной торговой сетью —
а) торговая площадь, приходящаяся на 1000 жителей
б) торговая площадь, приходящаяся на 10000 жителей
в) торговая площадь, приходящаяся на 100 жителей
14. Основные этапы и требования к проектированию торговых помещений магазина.
1. Технологическая планировка магазина - это...
а) совокупность помещений магазина в соответствующей их взаимосвязи
б) совокупность технических помещений магазина
в) расстановка торгово-технологического оборудования по территории торгового зала магазина
г) планировка технологических процессов в магазине
2. Установочная площадь магазина - это...
а) часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки и демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей

б) часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки и демонстрации товаров
в) часть помещений магазина, включающая торговый зал и помещения для оказания услуг
г) часть помещений магазина, предназначенная для хранения товаров
3. Укажите формы планировки торгового зала магазина:
а) линейная, боксовая, ступенчатая, выставочная, свободная
б) равномерная, боксовая, ступенчатая
в) линейная, боксовая, выставочная, свободная
4. Коэффициент использования площади торгового зала - это...
а) отношение площади торгового зала к общей площади магазина
б) отношение площади, занятой торговым оборудованием к общей площади магазина
в) отношение площади под выкладкой товара к площади торгового зала магазина
г) отношение торговой площади к общей площади магазина
5. Укажите помещения магазина, относящиеся к техническим
а) фасовочные, приемочные, вентиляционные камеры
б) вентиляционные камеры, машинные отделения лифтов и холодильных установок, электрощитовая
в) торговый зал, машинные отделения лифтов и холодильных установок, электрощитовая
15. Торгово-технологический процесс в розничном торговом предприятии.
1. Торгово-технологический процесс в магазине представляет собой комплекс взаимосвязанных торговых и технологических операций и является завершающей стадией всего торгово-технологического процесса ###.
а) товарооборота
б) товародвижения
2. Основными принципами организации торгово-технологических процессов в магазинах являются:
а) ритмичность, планомерность, оперативность, обеспечение комплексного подхода к выработке оптимальных вариантов продажи товаров
б) обеспечение наилучших условий выбора товаров, экономия времени покупателей, высокий уровень торгового обслуживания оперативность
в) обеспечение наилучших условий выбора товаров, экономия времени покупателей, высокий уровень торгового обслуживания, сохранение физико-химических свойств товаров, обеспечение комплексного подхода к выработке оптимальных вариантов продажи товаров
3. Услуги, связанные с использованием покупателями приобретенных товаров включают в себя
а) установку на дому у покупателя приобретенных в магазине технически сложных товаров, выполнение граверных работ, ремонт технически сложных товаров
б) проявка фотографий, упаковка товаров, выполнение граверных работ
4. На сколько групп можно разделить дополнительные услуги:
а) три
б) две
в) четыре
г) пять

16. Товаросопроводительные документы, их содержание и порядок оформления. Порядок списания и уценки товаров.

1. Существенными условиями договора поставки считаются:

а) ассортимент товаров, цена товаров, дата и место заключения договора, реквизиты сторон, сроки и порядок поставки

б) ассортимент товаров, цена товаров, сроки и порядок поставки

в) ассортимент товаров, цена товаров, дата и место заключения договора

2. Акцептом признается...

а) ответ лица, которому адресована оферта

б) рассмотрение условий оферты

в) предложение, выражающее намерение лица, считать себя заключившим договор с адресатом

г) совершение лицом, получившим оферту в срок, установленный для ее акцепта, действий по выполнению указанных в ней условий договора

д) заключение договора купли - продажи

3. Укажите виды товарно-сопроводительных документов в зависимости от характеристик товара

а) количественные, качественные, расчетные

б) комплексные, эксплутационные, стоимостные

4. Какие разновидности расчетных товарно-сопроводительных документов Вы знаете?

а) протоколы согласования цен, счета, счета - фактуры

б) накладные, отвесы, акты списания

5. Какие сведения о товаре содержит товарно-транспортная накладная?

а) наименование, сорт, цена

б) цвет, состав, потребительские свойства

в) сорт, цена, потребительские свойства

17. Виды спроса и методы его изучения в розничном торговом предприятии

1. Потребительский спрос - это

а) часть совокупной общественной потребности в услугах, которая при данном уровне цен и тарифов может быть удовлетворена за счет денежных средств товаропроизводителей

б) часть совокупной общественной потребности в товарах и услугах, которая при данном уровне цен и тарифов может быть удовлетворена за счет денежных средств потребителей

2. От дифференциации ассортимента товаров или агрегированности представителей спроса различают

а) макроспрос, микроспрос

б) периодический, эпизодический, импульсивный

3. Способность гибко изменяться под влиянием определяющих факторов

а) эластичность спроса

б) степень подвижности спроса

4. Подходы к изучению спроса.

а) посредством анализа вторичной информации, путем исследования мотивации и поведения потребителей, путем анализа выпускаемой и реализуемой продукции.

б) путем исследования мотивации и поведения потребителей, путем анализа выпускаемой и реализуемой продукции

18. Система франчайзинга и ее применение в торговле.

1. Особый вид партнерских отношений, с четко определенными обязанностями и правами сторон:
а)франчайзи
б)франчайзинг
в)франчайзор
2. Успешно работающая, хорошо узнаваемая компания, доказавшая жизнеспособность своей бизнес концепции и готовая передать ее другому предпринимателю.
а)франчайзи
б)франчайзинг
в)франчайзор
3.Начальные функции франчайзера:
а) исследование рынка; анализ расположения торговой точки; поддержка при переговорах об аренде помещения; советы по интерьеру; подготовка персонала; модели бухгалтерского учета и финансового анализа
б) исследование рынка; анализ расположения торговой точки; поддержка при переговорах об аренде помещения; советы по интерьеру; подготовка персонала; контроль качества.
4. Текущие функции франчайзера:
а) наблюдение за ведением дел; рекламные материалы; переподготовка менеджеров и персонала; контроль качества; реклама в масштабах страны, централизованное снабжение; маркетинговая информация, аудит, коллективное страхование,
б) наблюдение за ведением дел; рекламные материалы; переподготовка менеджеров и персонала; контроль качества; реклама в масштабах страны, централизованное снабжение; маркетинговая информация, аудит, коллективное страхование, советы по интерьеру
19. Оформление поступления товаров. Товаросопроводительные документы.
1. Приемка товаров по качеству предусматривает выполнение операций:
а) вскрытие тары
б) непосредственная проверка качества и его соответствия условиям договора
в) перемещение товаров к рабочему месту товароведов-бракеров
г) все вышеперечисленные операции
2. В каких случаях при приемке товаров составляется коммерческий акт
а) если при приемке груза от органов транспорта устанавливается нарушение графика поставки
б) если при приемке груза от органов транспорта устанавливается повреждение или порча груза
в) если груз прибыл без сопроводительных документов
г) если обнаружено несоответствие наименования и веса или количества мест груза данным, указанным в транспортном документе
д) во всех случаях при приемке груза от органов транспорта
3. В какие сроки производится приемка продукции, поступившей без тары, в открытой или поврежденной таре
а) в момент ее получения, либо в момент вскрытия опломбированных контейнеров
б) по скоропортящейся продукции - не позднее 24 ч. после ее поступления на склад
в) по скоропортящейся продукции - не позднее 12 ч. после поступления продукции, а по всей остальной - не позднее 10 дней

г) в момент получения по скоропортящейся продукции, а по всей остальной - не позднее 10 дней

4. Какие разновидности расчетных товарно-сопроводительных документов Вы знаете?

а) протоколы согласования цен, счета, счета - фактуры

б) накладные, отвесы, акты списания

20. Автомобильные тарифы и факторы, влияющие на их величину. Тара и ее значение. Требования предъявляемые к таре.

1. Тариф на перевозку грузов зависит от

а) вида транспортного средства, времени, расстояния, дополнительных услуг, вида груза, срочности заказа, сложности маршрута;

б) вида транспортного средства, времени, расстояния, дополнительных услуг

2. Под оборотом тары понимают ее обращение между двумя последовательными ### товарами

а) заполнениями

б) наполнениями

3. Модуль унификации для транспортной тары:

а) поддон размером 800х200 мм

б) поддон размером 1200х800 мм

в) поддон размером 1200х1000 мм

4. Укажите виды тары, выделяемые в зависимости от функций, выполняемых в процессе товародвижения

а) транспортная, потребительская, производственная

б) многооборотная, универсальная, специализированная

21. Структура управления и ее взаимосвязь с функциями управления торговым предприятием.

1. Совокупность звеньев и отдельных работников аппарата управления, порядок их соподчиненности и взаимосвязи по вертикали и горизонтали.

а) структура управления предприятием

б) Ступень управления

2. Входят ли в состав специалистов следующие работники

а) лица с высшим образованием, имеющие самостоятельный участок работы

б) мастера

в) заместители начальников отделов и служб

3. В систему управления персоналом входит следующие действия:

а) обеспечение безопасности труда

б) учет кадров

в) подготовка, переподготовка, повышение квалификации работников

г) материальное стимулирование работников

4. Определенный вертикальный уровень в структуре

а) ступень

б) звено

5. Звено -

а) определенный вертикальный уровень в структуре

б) группа специалистов, отдел, служба, находящаяся на определенной ступени, то есть элемент горизонтальной структуры.

в) расположение и соподчиненность элементов любой системы

22. Общие и специфические функции управления торговым предприятием.

1. Относительно самостоятельные группы родственных взаимосвязанных работ, которые необходимо выполнять для эффективного управления предприятием

а) функции управления

б) процесс управления

2.Функции присущие любой управляющей системе.

а) специфические

б) общие

3. Общие функции управления торговым предприятием.

а) планирование, организация, регулирование, контроль;

б) маркетинг, организация, регулирование, контроль;

в) маркетинг, планирование, организация, регулирование, мотивация, контроль;

4.Специфические (конкретные) функции управления торговым предприятием

а) административного и общего руководства, технико-экономического планирования и анализа, бухгалтерского учета и финансовой деятельности, материально-технического снабжения, комплектования, общего делопроизводства, охраны труда и техники безопасности, хозяйственного обслуживания;

б) административного и общего руководства, технологического руководства, организации производства и управления, организации труда и заработной платы, контроля качества продукции, технико-экономического планирования и анализа, бухгалтерского учета и финансовой деятельности, материально-технического снабжения, комплектования, учета и подготовки кадров, общего делопроизводства, охраны труда и техники безопасности, хозяйственного обслуживания;

в) административного и общего руководства, организации труда и заработной платы, контроля качества продукции, технико-экономического планирования и анализа, бухгалтерского учета и финансовой деятельности, комплектования, учета и подготовки кадров, охраны труда и техники безопасности, хозяйственного обслуживания.

23. Понятие, цели, задачи, функции, средств и методы логистики

1 Логистика — это:

а) наука, изучающая вопросы оптимизации материальных потоков;

б) искусство перевозки грузов;

в) предпринимательская деятельность;

г) наука о планировании, контроле и управлении потоками;

д) все ответы верны

2. В чем заключается цель логистического подхода:

а) управление материальными и финансовыми потоками;

б) управление складскими операциями;

в)сквозное управление материальными потоками;

г) все ответы верны.

3.Логистическая функция представляет собой:

а) группу задач логистики;

б) комплекс взаимосвязанных целей но оптимизации материальных потоков;

в) укрупненную группу логистических операции;

г) способ достижения целей управления материальными потоками.

24. Стратегия и планирование логистики.
25. Логистика закупочная, распределительная, информационная.
1. Какая информация считается систематизированной:
а) представленная в виде печатного текста
б) представленная в виде таблицы
г) регламентированная по составу показателей, периодичности и формам представления
2. По каким основным критериям сообщение может быть отнесено к информации:
а) ценность, полезность для достижения поставленных целей
б) размер сообщения
в) источник сообщения
3. Является ли компактность обязательным требованием к информации:
а) да, является
б) нет, не является
в) является, если информация представлена в виде печатного текста.
4. Что такое обработка информации:
а) совокупность действий, предназначенных для представления информации в виде, удобном для использования
б) совокупность действий, приводящих к изменению вида или характера предоставления информации
в) совокупность действий, приводящих к изменению носителя информации.
5. Управление товарными запасами предполагает
а) нормирование оперативный учет и контроль
б) хранение регулирование, группирование товарных запасов по потребительским комплексам
6. Закупки по котировочным ведомостям используются:
а) когда закупаются дешевые и быстро используемые товары;
б) при закупке дорогостоящих товаров;
в) и в том, и в другом случае.
7. Недостаток метода закупок с немедленной сдачей:
а) увеличение издержек из-за необходимости детального оформления документации при каждом заказе;
б) вероятность заказа избыточного количества;
26. Логистические цепи и системы.
1. 1. Логистическая система представляет собой:
а) совокупность связанных между собой подразделений предприятия;
б) совокупность потоковых процессов;
в) комплекс взаимосвязанных логистических функций;
г) адаптивную систему с обратной связью, выполняющую логистические функции.
2 Логистическая система может охватывать: ; а) территорию предприятия; \ б) регион;
в) отдельное государство;
г) несколько государств.
3Логистическая система на микроуровне — это:
а) отдельное подразделение предприятия;
б) предприятие в целом;
в) регион;

г) верны ответы (а) и (б);
д) верны ответы (б) и (в).
4. На макроуровне решаются вопросы:
а) связанные с анализом рынка поставщиков и потребителей;
б) связанные с функционированием отдельных звеньев предприятия;
в) контроля за перемещением материальных потоков внутри цеха;
27. Торговая логистика: организация, управление запасами, каналы распределения и товародвиждения, транспортные услуги, сервис.
1. Маятниковые (линейные) маршруты разрабатывают для:
а) магазинов, объем поставки в которые равен или кратен грузоподъемности автомобиля с учетом объемной массы груза
б) доставки товаров в магазины, размер поставок в которые меньше грузоподъемности автомобиля
2. Принципы, учитывающиеся при составлении схемы завоза товаров в розничное торговое предприятие:
а) сосредоточение товаров на крупных оптовых базах
б) разработка технологических карт
в) наличие фондов накопления и резервного фонда
г) организация централизованной доставки
д) прямые поставки производителя
3. Основное преимущество транзитной формы снабжения:
а) сокращение времени пребывания материального ресурса в сфере обращения;
б) завоз материалов в нужном количестве;
в) возможность планомерного завоза этих материалов в строгом соответствии с их запуском в производство.
4. Основное преимущество складской формы снабжения:
а) поступление материалов не зависит от сроков изготовления их предприятием-поставщиком;
б) сокращение интервалов между поставками;
в) экономия от сокращения производственных запасов.
5. Выбор формы снабжения зависит:
а) от удаленности поставщика от потребителя;
б) от вида заказываемого материального ресурса;
в) от общих затрат на поставку и запасы.
28. Реклама: понятие, содержание, цели, правовая база.
1. К важнейшим требованиям, предъявляемым к торговой рекламе, следует отнести:
а) правдивость и гуманность
б) конкретность
в) целенаправленность
г) компетентность
д) все выше перечисленные варианты
2. К видам рекламы относятся следующие:
а) информационная, избирательная, сравнительная, навязывающая, напоминающая
б) информационная, избирательная, сравнительная, напоминающая
в) информационная, сравнительная, навязывающая, напоминающая

3. В структуре рекламы можно выделить следующие составные части:
а) умение привлечь внимание, умение эмоционально воздействовать на потребителя
б) шаблонность, информативность
в) умение привлечь внимание, умение эмоционально воздействовать на потребителя, информативность
4. Правовым источником формирования нормативно-правовой основы рекламной деятельности является
а) конституция РФ;
б) федеральный закон РФ "О рекламе"
5. Рекламная информация призвана:
а) формировать или поддерживать интерес к фигурирующим в ней физическим и юридическим лицам и товарам;
б) способствовать реализации товаров;
в) оказать влияние на потребителей рекламы
г) все выше перечисленное.
29. Теория коммуникаций и их применение в рекламе.
1. Социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств
а) коммуникация;
б) реклама.
2. Основными функциями социальной коммуникации являются:
а) экспрессивная, прагматическая;
б) информационная, экспрессивная, прагматическая
3.Способность передавать коммуникационную установку, предписывающую определенное воздействие на получателя
а) экспрессивная функция социальной коммуникации
б) прагматическая функция социальной коммуникации
30. Рекламная компания: планирование и проведение. Оценка эффективности рекламы.
1. Для разработки рекламы следует использовать такие принципы, как:
а) умелое распределение информации, использование традиций, вкусов, привычек
б) использование стандартных приемов умелое распределение информации
2. Разносторонняя, планомерная, систематическая и обычно долговременная рекламная деятельность, направленная на достижение поставленных целей – оказание необходимого рекламного воздействия на определенную целевую аудиторию - это
а) рекламная кампания;
б) планирование рекламной кампании
3. В процессе планирования рекламной кампании участвуют представители службы
а) маркетинговой и финансовой
б) маркетинговой, рекламной и финансовой
в) маркетинговой, рекламной, плановой
4. Основными этапами продвижения на рынок того или иного продукта являются:
а) анализ ситуации, реализация, контроль;
б) анализ ситуации, планирование, реализация;
в) анализ ситуации, планирование, реализация, контроль.

МДК. 01.03.

3 ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Вариант 1

1. Торговая мебель, мебель и таро-оборудование для торговых организаций
2. Противопожарная безопасность

Вариант 2

1. Измерительное оборудование
2. Производственный травматизм

Вариант 3

1. Механическое оборудование
2. Техника безопасности при эксплуатации торгово-технологического оборудования и измельчительно-режущего

Вариант 4

1. Фасовочно-упаковочное оборудование
2. Правовые и организационные формы охраны труда

Вариант 5

1. Оборудование для приготовления и продажи напитков
2. Электробезопасность, защитные средства и приспособления при эксплуатации торгового оборудования

Вариант 6

1. Холодильное оборудование
2. Условия труда и мероприятия по охране окружающей среды

Вариант 7

1. Подъемно-транспортное оборудование
2. Профессиональные заболевания работников торговли и методы их профилактики.

Вариант 8

1. Техника безопасности при эксплуатации оборудования для приготовления напитков
2. Основные виды оказания первой помощи пострадавшим

Вариант 9

1. Техника безопасности при эксплуатации весоизмерительного и фасовочного оборудования
2. Контрольно-кассовые машины

Вариант 10

1. Техника безопасности при эксплуатации контрольно-кассовых машин
2. Организация оснащения оборудованием и его технического обслуживания

4 ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Торговая мебель, значение, классификация и требования
2. Торговый инвентарь и таро-оборудование для торговых организаций, значение и классификация
3. Противопожарная безопасность, причины возникновения, инструктаж, средства тушения и правила пользования ими
4. Измерительное оборудование, значение, классификация и требования, предъявляемые к торговым весам
5. Правила эксплуатации весов, уход за измерительным оборудованием
6. Производственный травматизм, причины, мероприятия по его предупреждению
7. Механическое оборудование, значение, классификация
8. Виды, правила и нормы эксплуатации механического оборудования
9. Техника безопасности при эксплуатации торгово-технологического оборудования и измельчительно-режущего оборудования
10. Фасовочно-упаковочное оборудование, значение, классификация и виды
11. Правовые и организационные формы охраны труда, основные документы, регламентирующие охрану труда
12. Организация работы по охране труда
13. Ответственность сотрудников за нарушение законов по охране труда
14. Оборудование для приготовления и продажи напитков, значение, классификация, виды
15. Техника безопасности при эксплуатации оборудования для приготовления напитков
16. Электробезопасность, защитные средства и приспособления при эксплуатации торгового оборудования
17. Холодильное оборудование, значение, классификация, виды оборудования
18. Правила эксплуатации и техника безопасности холодильного оборудования
19. Условия труда и мероприятия по охране окружающей среды
20. Подъемно-транспортное оборудование, значение, классификация, виды оборудования
21. Правила эксплуатации и мероприятия по технике безопасности подъемно-транспортного оборудования
22. Профессиональные заболевания работников торговли и методы их профилактики.
23. Основные виды оказания первой помощи пострадавшим
24. Техника безопасности при эксплуатации весоизмерительного и фасовочного оборудования
25. Контрольно-кассовые машины: значение, классификация, виды оборудования
26. Положения по применению контрольно-кассовых машин, порядок их регистрации
27. Системы защиты товаров
28. Техника безопасности при эксплуатации контрольно-кассовых машин
29. Организация оснащения оборудованием и его технического обслуживания.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО **МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции	- обоснование выбора делового партнера в соответствии с критериями предъявляемыми к ним - качество заключенного договора с деловым партнером - обоснование предъявления претензии на невыполнение условий договора	Текущий контроль за выполнением практических заданий, договоров, заключенных на практике и проконтролированных на выполнение. Тесты
ПК 2. На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение	- размещение товарных запасов на складе для хранения в соответствии с рациональной организацией складского технологического процесса - документальное оформление поступления и отпуска товарных запасов со склада	Оценка эффективности управления товарными запасами. Текущий контроль за выполнением практических заданий и решением ситуационных задач
ПК 3. Принимать товары по количеству и качеству	- принятие товара по количеству и качеству в соответствии с инструкциями П-6 «Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» и П-7 «Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству»	Текущий контроль за результатами приемки по количеству и качеству. Тесты. Проверка отчетов по практике
ПК 4. Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли	Определение вида класса и типа организации розничной и оптовой торговли в соответствии с требованиями ГОСТ Р 51773-2001. Розничная торговля: Классификация предприятий	Текущий контроль за выполнением практических заданий. Тесты. Оценка правильности решения ситуационных задач. Проверка отчета по практике.

ПК 5. Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли		Текущий контроль за работой при прохождении практики. Тесты. Проверка и защита отчета по практике
ПК 6. Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг	- подготовка документов для участия торговой организации в добровольной сертификации услуг в соответствии с нормативной документацией	Текущий контроль за работой при прохождении практики. Тесты. Проверка и защита отчета по практике
ПК 7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения	- эффективность использования методов, средств и приемов менеджмента при решении конкретных ситуаций	Текущий контроль. Тесты. Оценка правильности выполнения заданий
ПК 8. Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.	- расчет статистических показателей (среднеарифметической, средневзвешенной и др.)	Оценка правильности выполнения заданий и решения ситуационных задач
ПК 9. Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.	- расчет показателей эффективности функционирования логистических целей.	Текущий контроль. Оценка выполнения практических заданий
ПК 10. Эксплуатировать торговотехнологическое оборудование.	- использование торговотехнологического оборудования в соответствии с требованиями эксплуатации при соблюдении правил охраны труда - демонстрация умения оказания помощи пострадавшим и использование противопожарной техники.	Текущий контроль за работой студентов на оборудовании Промежуточная аттестация в форме экзамена

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**

Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	демонстрация интереса к будущей профессии, усвоение знаний сущности и социальной значимости своей будущей профессии	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике, самостоятельной работы.
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения	обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области документирования хозяйственных операций и ведения бухгалтерского	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике, самостоятельной работы.
профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	учета имущества организации; демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач;	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях области документирования хозяйственных операций и ведения бухгалтерского учета имущества организации; - демонстрация способности нести ответственность за принятые решения	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике, самостоятельной работы.
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполне ния профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике, самостоятельной работы.
Использовть информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике, самостоятельной работы
Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие со студентами и преподавателями в ходе обучения	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике, самостоятельной работы

Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля - планирование студентом повышения личностного и квалификационного уровня.	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике, самостоятельной работы
Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздорови-тельные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения	- отказ от вредных привычек; - использование оздоровительных методов и средств для корректировки физического развития и телосложения	Наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной практики, результаты самостоятельной работы
Пользоваться иностранным языком как средством делового общения	- демонстрация умений использования иностранного языка как средства делового общения	Наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной практики, результаты самостоятельной работы
Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	- демонстрация умений логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	Наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной практики, результаты самостоятельной работы
Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и население от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций	- соблюдение правил по безопасности жизнедеятельности, и принятие мер для предотвращения техногенных катастроф в профессиональной деятельности, - осуществление мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.	Наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной практики
Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных доку-ментов, а также требования стандартов, технических условий	- соблюдение правовых норм, регулирующих организацию деятельности менеджера торгового предприятия	Наблюдение и оценка в процессе учебной практики

Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	- демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности.	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике

7. Учебно-методическое обеспечение профессионального модуля

Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Федеральные законы и постановления Правительства

Конституция РФ (основной закон)

Трудовой кодекс РФ

Гражданский кодекс РФ ч.1 и 2

Кодекс РФ об административных правонарушениях

«О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г № 2300-1 (в редакции Федерального закона от 17 декабря 1999 г., ФЗ-212, с измен. И доп. 2000, 2002, 2004, 2005, 2007, 2009 гг)

«Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» от 28 декабря 2009 г., ФЗ-№ 381

ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» № 52-ФЗ от 30.03.1999 (с измен. от 2001, 2003, 2005, 2006, 2007, 2008гг.)

ФЗ «О пожарной безопасности» № 69-ФЗ от 21.1294 (с измен. от 1995, 1996, 1998, 20002010гг.)

ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» « 54-ФЗ от 22.05.2003 (с измен. от 3 июня, 17 июля 2009 г., 27 июля 2010г.)

Стандарты:

ГОСТ Р 51303-1999 Торговля: термины и определения

ГОСТ Р 51304-2009 Услуги розничной торговли: Общие требования

ГОСТ Р 51305-2009 Розничная торговля: Требования к обслуживающему персоналу

ГОСТ Р 51773-2001 Розничная торговля: Классификация предприятий

Учебники:

1. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. Учебник для ссузов. 5-е изд., перераб. и доп.. – М.: ИТК «Дашков и К», 2018
2. Сайткулов Н.Н. Техническое оснащение торговых организаций. Учебное пособие. М.: Деловая литература, 2017
3. Девисилов В.А. Охрана труда: Учебник – 5-е изд., перераб. и доп. – («Профессиональное образование») М.: Форум, 2016

Дополнительные источники:

Учебники

1. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли.– М.: ИТК «Дашков и К», 2016

Периодическая печать:

1. Журнал «Современная торговля»
2. Журнал «Российская торговля»
3. Коммерческий вестник,
4. Управление сбытом
5. Управление продажами

8. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Доступ к сети Internet; компьютер.