

Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
Паршина А.А.

ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке рабочая программа дисциплины (модуля)

Учебный план 38.02.08_ОФО_СОО_2024.plx
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Квалификация **специалист торгового дела**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **0 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	86	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены 2
аудиторные занятия	74	
самостоятельная работа	8	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0	
часов на контроль	4	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	16			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	50	50	50	50
Практические	24	24	24	24
В том числе в форме практ.подготовки	24	24	24	24
Итого ауд.	74	74	74	74
Контактная работа	74	74	74	74
Сам. работа	8	8	8	8
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	86	86	86	86

Программу составил(и):
к.э.н., доц., препод., Черемисова Н.Ф.

Рецензент(ы):
к.э.н., проф., Епифанова Т.В.

Рабочая программа дисциплины

Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке

разработана в соответствии с ФГОС СПО:

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО (приказ Минобрнауки России от 19.07.2023 г. № 548)

составлена на основании учебного плана:

38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

утвержденного учёным советом вуза от 18.01.2024 протокол № 13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономика и таможенное дело (СПО)

Протокол от 25.12.2023 г. № 5

Директор Грищенко М.А.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	
1.1	В результате изучения междисциплинарного курса обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление торговой деятельности» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	МДК.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	История России
2.1.2	Розничная торговля продовольственными товарами
2.1.3	Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда
2.1.4	Производственная практика
2.1.5	Учебная практика
2.1.6	Экзамен по модулю
2.1.7	Эксплуатация контрольно-кассовой техники
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы
2.2.2	Основы бухгалтерского учета
2.2.3	Основы предпринимательства
2.2.4	Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров
2.2.5	Производственная практика
2.2.6	Производственная практика
2.2.7	Технология проведения маркетинговых исследований
2.2.8	Учебная практика
2.2.9	Учебная практика
2.2.10	Ценообразование в торговой деятельности
2.2.11	Экзамен по модулю
2.2.12	Экзамен по модулю
2.2.13	Экономика и основы анализа финансово-хозяйственной деятельности торговой организации
2.2.14	Защита выпускной квалификационной работы
2.2.15	Основы бережливого производства
2.2.16	Основы финансовой грамотности
2.2.17	Подготовка выпускной квалификационной работы
2.2.18	Подготовка к государственным экзаменам
2.2.19	Правовое обеспечение профессиональной деятельности
2.2.20	Проведение государственных экзаменов
2.2.21	Производственная практика
2.2.22	Психология и этика профессиональной деятельности
2.2.23	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
2.2.24	Учебная практика
2.2.25	Экзамен по модулю
2.2.26	Подготовка к демонстрационному экзамену
2.2.27	Проведение демонстрационного экзамена

3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) – ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТУ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

3.1 Знать

методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков; требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции; правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков; методы и инструменты работы с базами больших данных; требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;

особенности составления закупочной документации;
методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;
основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки; нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;
международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;
международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;
стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;
методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков; методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;
основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;
документооборот внешнеторговых сделок;
условия внешнеторгового контракта;
нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;
правила оформления документации по внешнеторговому контракту;
порядок документооборота в организации;
основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;
виды торговых структур;
формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;
материально-техническую базу торговли;
инфраструктуру потребительского рынка;
средства, методы, инновации в отрасли;
организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;
требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли; требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность;
правила торговли; количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности.

3.2 Уметь

пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;
проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;
обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;
анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;
создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;
составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;
обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.
применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;
осуществлять выбор поставщиков;
оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;
создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;
обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;
работать в единой информационной системе;
применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;
составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;
описывать объект закупки; разрабатывать закупочную документацию;
работать в единой информационной системе; взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий; анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры; формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;
разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; подготавливать коммерческие предложения, запросы;
оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;
составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта;

осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;

обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;

осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;

осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;

осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;

проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;

осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;

применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;

применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;

управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;

оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;

применять электронный документооборот; осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций. применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;

пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.

3.3 Владеть навыками

поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;

проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;

обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей); составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;

подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;

проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;

подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;

оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;

мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;

установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;

составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;

формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну; организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов; направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта; проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;

формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;

обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;

формирования проекта внешнеторгового контракта; осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;

подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;

сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;

разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;

мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;

документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;

выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;

организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;

приемки товаров по количеству и качеству;

соблюдения правил охраны труда.

ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02.: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03.: Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04.: Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05.: Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06.: Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07.: Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 09.: Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 1.1.: Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ПК 1.2.: Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.
ПК 1.3.: Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.
ПК 1.4.: Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.
ПК 1.5.: Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.
ПК 1.6.: Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Технология интернет-маркетинга						
1.1	Основы маркетинга /Тема/	2					
1.2	Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке. /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.3	Организация службы маркетинга на предприятии. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике. /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		

1.4	Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы. /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.5	Жизненный цикл товаров: основные стадии. Продвижение товаров и услуг. /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.6	Практическое занятие 1. Разработка схемы жизненного цикла товаров /Пр/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.7	Определение и характеристики интернет-маркетинга /Тема/	2					
1.8	Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. Основные клиенты интернет-маркетинга. /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.9	Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.10	Инновации в маркетинге /Тема/	2					
1.11	Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		

1.12	Информационные системы управления опытом потребителей /Лек/	2	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.13	Практическое занятие 2. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента. /Пр/	2	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.14	Практическое занятие 3. Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем. /Пр/	2	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.15	Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге /Тема/	2					
1.16	Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта. /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.17	Практическое занятие 4. Анализ внешней среды предприятия. Анализ внутренней среды предприятия. /Пр/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.18	Практическое занятие 5. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни /Пр/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.19	Анализ готовности веб-сайта к продвижению /Тема/	2					

1.20	Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов. /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.21	Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта. /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.22	Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» /Тема/	2					
1.23	Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин. /Лек/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.24	Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы). Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга. /Лек/	2	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.25	Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи. /Лек/	2	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		

1.26	Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин /Ср/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.27	Подготовка к экзамену /Ср/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		
1.28	/Экзамен/	2	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Предмет, цели и задачи учебной дисциплины, межпредметные связи, сфера применения. Основные понятия: коммерция, коммерческая деятельность, предпринимательство. Развитие коммерции и предпринимательства в России.
2. Сущность и содержание коммерческой деятельности. Составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы. Нормативно-правовая база
3. Объекты коммерческой деятельности: товары, услуги, технологии, недвижимость, ценные бумаги
4. Виды коммерческой деятельности, их характерные признаки. Специфика функционирования предприятий малого и среднего бизнеса
5. Коммерческие службы, организация, характеристика работников коммерческих служб
6. Субъекты коммерческой деятельности: организации-изготовители, продавцы, посредники, их назначение и место в организации. Доведение объектов деятельности до конечного потребителя.
7. Классификация субъектов по следующим признакам: целям деятельности, формам собственности, численности работающих
8. Государственное регулирование коммерческой деятельности. Понятие, назначение, механизм
9. Направления государственного регулирования: защита прав потребителей, а также юридических лиц и ИП, обеспечение безопасности и взаимовыгодности коммерческих сделок, соблюдение выполнения договорных обязательств
10. Лицензирование отдельных видов коммерческой деятельности, устранение административных барьеров предпринимательской деятельности
11. Федеральные законы и нормативные акты по государственному регулированию коммерческой деятельности
12. Технологический цикл системы товародвижения: этапы, составляющие элементы. Виды коммерческой деятельности в зависимости от места в технологическом цикле товародвижения: сбытовая, торговая (оптовая и розничная) и в зависимости от объектов и сферы применения: товарная, сервисная (в сфере услуг), финансовая и т.п.
13. Инфраструктура коммерческой деятельности: понятие, назначение, состав участников, их роль в организации коммерческой деятельности. Особенности коммерческой деятельности при участии на выставках, ярмарках, аукционах, а также при биржевой торговле
14. Технологический процесс коммерческой деятельности: этапы, их краткая характеристика
15. Средства коммерческой деятельности: хозяйственные связи, договоры, транспортное обеспечение, нормативные и технические документы (информационное обеспечение процесса) и др., общее представление

16. Особенности процессов коммерческой деятельности организаций, сдача приема товаров по количеству и качеству.
17. Хозяйственные связи. Их роль в обеспечении коммерческой деятельности, сущность, порядок регулирования.
18. Коммерческие договоры. Назначение, виды, содержание, порядок заключения и контроль за выполнением.
19. Работа с поставщиками и получателями товаров, а также организациями исполнителями услуг (транспортных, коммунальных, связи и др.)
20. Транспортное обеспечение: понятие, назначение, виды транспортных средств, критерии их выбора, особенности организации перевозок разными видами транспорта. Уставы и кодексы разных видов транспорта. Правила перевозки скоропортящихся грузов.
21. Договора перевозки: общие положения, разновидности договоров. Подача транспортных средств, погрузка и выгрузка грузов, сроки их доставки, ответственность за нарушение обязательств. Транспортные тарифы и правила их применения.
22. Централизованные и децентрализованные перевозки грузов. Централизация транспортно-экспедиционных операций.
23. Приемка товаров от транспортных организаций. Коммерческие акты: назначение. Основания для составления, оформление
24. Информационное обеспечение коммерческой деятельности: основные понятия (идентификация, прослеживаемость, учет), назначение, сущность, правовая база
25. Информационные процессы: сбор, обработка, накопление, передача информации другим участником коммерческой деятельности
26. Информационные ресурсы: товарно-сопроводительные документы, товарная маркировка и ее значение для предприятий-изготовителей, продавцов, потребителей; реклама и др. основы правового режима информационных ресурсов
27. Товарные знаки и знаки обслуживания: понятие, назначение, виды, правовая охрана, регистрация и основания для отказа в регистрации, экспертиза, использование, передача. Прекращение правовой охраны
28. Международные и российский организации, регистрирующие товарные знаки. Ответственность и незаконное использование товарных знаков и знаков обслуживания
29. Защита информации и прав субъектов коммерческой деятельности в области информационных процессов: объекты и режимы защиты, права и обязанности субъектов
30. Государственная и коммерческая тайна: понятие, объекты, отличия, защита. Патентная защита.
31. Формы коммерческой деятельности с сотрудничеством (совместная), без сотрудничества (самостоятельная), индивидуальная и др., их использование различными организациями (по отраслям). Отличия коммерческой деятельности от некоммерческой.
32. Методы коммерческой деятельности: организационные, экономический (материального стимулирования, система скидок и т.п.), инновационные. Инновационные формы и методы сотрудничества в сфере производства: франчайзинг, лизинг и др.
33. Франчайзинг: понятие, объекты, субъекты (франчайзер, франчайзи), франшиза, их классификация. Характерные признаки, организация, преимущества и недостатки, направления развития.
34. Лизинг: понятие, виды (оперативный, финансовый; прямой, косвенный; чистый и полный; сродный, возобновляемый, с дополнительным привлечением средств и др.) преимущества и недостатки лизинга. Лизинговый контракт: назначение, основные элементы. Правовая база.
35. Формы сотрудничества в финансовой сфере: факторинг, коммерческий трансферт, их понятие, назначение, характеристика. Формы и методы сотрудничества в области товарообмена: бартер, встречные поставки и др. особенности деятельности агентов: коммерческих (товарных) по снабжению и закупкам, коммивояжеров, а также индивидуальных предпринимателей.
36. Материальные потоки: понятие, виды (сырьевые, средства производства, товарные и др.). товарные потоки как разновидности материальных потоков
37. Товарные запасы: понятие, назначение, виды, необходимость создания, поддержания и пополнения. Нормирование запасов, определение их оптимального размера. Критерии установления оптимального размера товарных партий. Учет и контроль за составлением товарных запасов в коммерческих организациях.
38. Предпринимательские риски: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия. Вероятностный характер рисков. Принятие решений в условиях неопределенности. Определение причин возникновения, предупреждение и смягчение последствий рисков в коммерческой деятельности
39. Система управления рисками: назначение. Фонд риска: понятие, назначение, источники формирования
40. Банкротство: понятие, причины, механизм, правовая база. Негативные явления, связанные с банкротством.
41. Выгоды как результат успешной коммерческой деятельности. Критерии оценки выгоды. Эффективность коммерческой деятельности: основные понятия (экономический эффект и эффективность), показатели оценки эффективности.

5.2. Темы письменных работ

1. Организация и пути совершенствования коммерческой деятельности предприятия (оптовой, розничной или мелкооптовой торговли)
2. Коммерческая деятельность как фактор развития предпринимательства в торговых предприятиях
3. Современные бизнес-технологии электронной коммерции
4. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия
5. Организация и совершенствование коммерческой работы по продажам товаров (услуг) на примере конкретного предприятия
6. Организация и совершенствование коммерческой деятельности предприятий торговли (общественного питания)
7. Роль предпродажных и послепродажных услуг коммерческой деятельности предприятия
8. Анализ формирования логистической системы организации
9. Совершенствование закупочной работы в логистической системе предприятия
10. Совершенствование терминальных систем на основе принципов логистики (на примере грузового терминала)
11. Особенности организации коммерческой деятельности малых предприятий в России (Свердловской области) в условиях

- современной экономики
12. Развитие франчайзинга как форма коммерческой деятельности в городах Ростовской области
 13. Анализ и перспективы развития коммерческой деятельности лизингового бизнеса
 14. Организация управления коммерческой организацией (на примере конкретной организации).
 15. Организация и совершенствование коммерческой работы по закупкам (на примере конкретной организации)
 16. Совершенствование организации работы коммерческой службы промышленного предприятия
 17. Анализ и перспективы использования современных информационных технологий для совершенствования коммерческой деятельности торговой организации
 18. Исследование бизнес-процессов в коммерческой организации

5.3. Фонд оценочных средств

ВАРИАНТ №1

1. Торговая деятельность – это
 1. совокупность процессов, связанных с куплей-продажей, удовлетворением спроса, минимизацией расходов и получением прибыли
 2. процесс доведения товаров от предприятий, производящих товары, до потребителей
 3. совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала
2. Получение максимальной выгоды (дохода, прибыли) - это
 1. цель коммерции
 2. тактика коммерции
 3. задача коммерции
3. Совокупность приемов, способов и методов эффективного осуществления какого-либо вида предпринимательской деятельности. Эти процессы, как правило, связаны с движением товара по стадиям воспроизводственного цикла.
 1. технологические процессы
 2. коммерческие процессы
 3. промышленные процессы
 4. процессы доведения товаров до покупателей
4. Успех коммерческой деятельности организации зависит от ряда факторов. Всех их можно разделить на две группы:
 1. внешние и внутренние
 2. юридические и физические
 3. прямого и косвенного воздействия
 4. материальные и финансовые
5. К внешним факторам, влияющим на результат коммерческой деятельности, относятся
 1. факторы прямого воздействия
 2. факторы косвенного воздействия
 3. внутренние факторы
 4. научно-технической прогресс
 5. международная обстановка
6. К факторам косвенного воздействия относятся
 1. экономическая, политическая, социальная обстановка в стране
 2. научно-технический прогресс
 3. социальные и культурные традиции
 4. биржи, ярмарки, выставки
 5. акционеры
 6. банковская система
7. Внутреннюю среду организации формируют его ресурсы:
 1. материальные
 2. финансовые
 3. трудовые
 4. международные
 5. социально-культурные
8. Важнейшую роль в настоящее время играют эти ресурсы, которые образует вся информация, находящаяся в документах предприятия
 1. информационные ресурсы
 2. трудовые ресурсы
 3. финансовые ресурсы
 4. материальные ресурсы
9. За результаты внешнеэкономической деятельности коммерческого предприятия отвечает
 1. само коммерческое предприятие как в части экспортных поставок, так и импортных закупок
 2. Торгово-промышленная палата совместно с самим коммерческим предприятием
 3. определяется решением Международного арбитражного суда
10. Обеспечивающими называются внешнеэкономические операции
 1. которые обеспечивают продвижение товаров от продавца к покупателю
 2. исполнение которых обеспечивается участием Торгово-экономической палаты в сделке
 3. оплата по которым имеет материальное обеспечение
11. Резкспортом называют коммерческие операции
 1. предусматривающие вывоз за границу ранее ввезенных товаров без какой-либо переработки

2. предусматривающие проверку качества ввезенных ранее товаров
3. предусматривающие выставление рекламаций по ввезенному ранее товару
12. Международной торговой организацией является
 1. ВТО
 2. ЮНИСЕФ
 3. МАГАТЭ
13. Государство осуществляет регулирование внешней торговли
 1. да, как административными, так и экономическими методами
 2. нет
 3. нет, регулирование внешней торговли осуществляет Международная торговая палата
14. Сертификация ввозимой продукции регламентируется
 1. Законом РФ "О сертификации продукции и услуг" и действующей системой ГОСТов
 2. действующими санитарно-эпидемиологическими нормами и правилами
 3. Гражданским кодексом РФ
15. Юридическое лицо (коммерческая организация, либо коммерческое предприятие) обязательно должно иметь в собственности какое-либо имущество:
 1. не обязательно, имущество может быть в хозяйственном ведении, оперативном управлении, в аренде и т.п.
 2. обязательно, без собственного имущества не может быть юридического лица
 3. в зависимости от содержания учредительных документов
16. Главный источник формирования средств потребительских кооперативов:
 1. взносы пайщиков
 2. часть налоговых платежей
 3. государственные средства
17. Сколько человек могут быть учредителями общества с ограниченной ответственностью
 1. один человек
 2. не более пяти человек
 3. несколько человек, но не более тридцати
18. Государственные и муниципальные унитарные предприятия могут заниматься коммерческой деятельностью:
 1. могут, т.к. являются, как правило, предприятиями коммерческими
 2. не могут, т.к. решают определенный круг задач
 3. могут с разрешения вышестоящих организаций
19. В составе учредителей акционерного общества могут входить
 1. юридические и физические лица
 2. юридические лица
 3. физические лица
20. Основным инструментом, обслуживающим обращение товаров в условиях рынка, выступают
 1. деньги
 2. услуги
 3. ценные бумаги
 4. платежи
21. Роль денег проявляется в том, что
 1. в условиях рынка становится насущной необходимостью создание платежной системы, базирующейся на двухуровневой системе банков, формирование самостоятельных коммерческих банков и ведение между ними корреспондентских отношений
 2. основой коммерческой деятельности участников рынка являются закупочные операции
 3. аккредитивная форма расчетов является наиболее дорогостоящей
 4. рыночный процесс предусматривает постоянное наличие товарных запасов на всех стадиях товарного обращения
22. К основным принципам организации денежного оборота относятся:
 1. применение во внутрибанковском обороте расчетных документов только унифицированной формы, во внебанковском обороте - государственных денежных знаков
 2. хранение денежных средств юридических лиц на банковских счетах, проведение расчетов через банк преимущественно в безналичной форме
 3. обеспечение ведения счетов организаций банковскими учреждениями, проведение по ним безналичных и налично-денежных расчетов, прием и хранение денежных сбережений населения, их выдача по первому требованию
 4. все перечисленные варианты
23. Безналичный денежный оборот это
 1. совокупность платежей, осуществляемых без использования наличных денег
 2. совокупность платежей, осуществляемых с использованием наличных денег
 3. система оформления, использования и движения расчетных документов и денежных средств
24. Распоряжение владельца счета (плательщика) обслуживающему его банку, оформленное расчетным документом, о переводе определенной денежной суммы на счет получателя средств, открытый в этом или другом банке - это
 1. платежное поручение
 2. чистое инкассо
 3. чек
 4. инкассовое поручение
25. Объективные риски возникают
 1. вследствие действия обстоятельства непреодолимой силы (стихийные бедствия - наводнения, землетрясение и т.п.)

2. в результате осуществления каких-либо коммерческих действий
3. в результате перебоев в поставке
26. Лизинг - это
 1. аренда имущества, часто с правом последующего выкупа по остаточной стоимости
 2. ремонт имущества, с последующей передачей его собственнику
 3. продажа объектов основных фондов по остаточной стоимости
27. Минимально возможное количество субъектов классической лизинговой сделки:
 1. три и более
 2. два
 3. один
28. Финансовая функция лизинга проявляется
 1. в инвестировании средств в основные фонды
 2. аккумулировании основных средств
 3. способе резервирования средств
29. Оперативный лизинг означает
 1. срок договора (лизинга) короче, чем экономический срок службы имущества
 2. аренду активной части основных фондов (оборудования, машин, аппаратов и т.д.)
 3. быстрое оформление в аренду оборудования на короткий срок
30. Особенность заключения лизингового контракта:
 1. лизинговая сделка оформляется двусторонними договорами (контрактами) между субъектами лизинга
 2. заключается общий контракт, в котором фигурируют все участники лизинговой сделки
 3. при лизинге контрактами регулируются только арендные отношения
31. Оплата лизинговых услуг:
 1. осуществляется арендатором в виде лизинговых платежей
 2. включается в состав амортизационных отчислений
 3. осуществляется арендатором в натуральном выражении
32. Субъекты коммерческой деятельности, предоставляющие факторинговые услуги
 1. банки или специальные фактор-фирмы
 2. поставщики продукции
 3. специализированные консалтинговые (главным образом юридические) фирмы
33. В коммерческих предприятиях факторинговые операции выполняют функции:
 1. финансирование оборотных средств, покрытие рисков, административное управление дебиторской задолженностью
 2. оперативную, распределительную и контрольную
 3. целевую, стимулирующую
34. Документы, регулирующие вопросы коммерческой тайны и конфиденциальной информации в коммерческих структурах:
 1. Гражданский кодекс РФ, Федеральный закон "О коммерческой тайне"
 2. приказы и инструктивные письма Министерства финансов РФ
 3. Уголовно-процессуальный кодекс РФ
35. К разряду конфиденциальной информации можно относить сведения о состоянии кредиторской и дебиторской задолженности коммерческого предприятия:
 1. да, такая информация должна быть конфиденциальной
 2. нет, такая информация не может быть отнесена к конфиденциальной, т.к. существует слишком много пользователей подобных сведений
 3. все зависит от характера коммерческой деятельности конкретно взятого предприятия
36. За нарушение режима коммерческой тайны предусматривается ответственность:
 1. дисциплинарная, административная, гражданско-правовая, уголовная ответственность в соответствии с законодательством РФ
 2. уголовная
 3. дисциплинарная
37. Вопросы размещения коммерческих предприятий решаются:
 1. местными органами власти и управления
 2. региональными органами власти и управления
 3. федеральными органами власти и управления
38. Недопущение одними коммерческими предприятиями других на рынок расценивается как:
 1. демпинг
 2. ограничение конкуренции
 3. сегментирование рынка
39. Верно ли утверждение "Товар объектом коммерческой деятельности"
 1. да, является
 2. нет
 3. является в случае его производства
40. Существует ли различие между понятиями "промышленный ассортимент" и "торговый ассортимент"
 1. в первом случае - это продукция (товар), вырабатываемая промышленным предприятием, во втором - это товар, продаваемый торговым предприятием
 2. принципиальных отличий нет, так как и в одном, и в другом случаях имеется в виду совокупность разных товаров
 3. различия состоят в цене товаров
41. Товарные запасы включаются в состав товарных ресурсов

1. да, наряду с поступлением товаров
 2. да, но только в торгующих коммерческих предприятиях
 3. нет
 42. Физические лица могут выступать в качестве участников договоров
 1. да, физические лица принимают участие в договорной работе наравне с юридическими лицами
 2. нет, договора заключаются между юридическими лицами
 3. в некоторых, специально оговариваемых случаях
 43. Суть рекламации
 1. это претензии по качеству
 2. претензии о несоответствии фактических цен ценам, указанным в договоре
 3. претензии по реальным срокам доставки продукции (товаров) на склад
 44. Главная цель функционирования товарной биржи
 1. проведение торгов и заключение договоров на покупку или продажу товаров
 2. регулирование цен и качества покупаемых или продаваемых товаров
 3. проверка количества и качества покупаемых или продаваемых товаров
 45. Биржевые товары - это
 1. зерно, сахар, кофе
 2. недвижимость и интеллектуальная собственность
 3. бытовая электроника и компьютеры
 46. Установить соответствие между параметрами корпоративного имиджа
 1. Бизнес - имидж
 2. Внутренний имидж
 - А. предоставляемые социальные гарантии
 - Б. надежность предприятия
 - В. Фирменный стиль
 - Г. престижность предприятия
 - Д. представление партнеров о миссии компании
 - Е. психологическая атмосфера
- ВАРИАНТ №2**
1. Выделяют три главных направления коммерческой деятельности:
 1. производство и сбыт продукции
 2. торговля
 3. коммерческое посредничество
 4. торговля медицинскими препаратами
 5. торговля недвижимостью
 2. Любая законодательно разрешенная деятельность, осуществляемая частными лицами или организациями по производству (приобретению) и продаже товаров или услуг, ориентированная на получение максимально возможного объема доходов при снижении величины затрат - это
 1. коммерция
 2. торговля
 3. производство
 3. Процессы, которые связаны со сменой форм стоимости, т.е. куплей-продажей товаров, сопровождающейся получением прибыли
 1. коммерческие процессы
 2. производственные процессы
 3. промышленные процессы
 4. процессы доведения товаров до покупателей
 4. Факторы прямого воздействия
 1. оказывают непосредственное влияние на деятельность предприятия
 2. во многом определяются видом реализуемого товара
 3. необходимо рассматривать как среду функционирования коммерческого предприятия
 4. в каждой конкретной организации могут быть разными
 5. К факторам прямого воздействия относятся
 1. нормативно-правовые факторы
 2. покупатели
 3. поставщики
 4. конкуренты
 5. научно-технический прогресс
 6. международная обстановка
 7. обычаи делового оборота
 6. Воздействие этих факторов на хозяйственную деятельность проявляется через налоговую политику, регулирование цен, вопросы размещения предприятия, порядок регистрации вновь созданных предприятий, способ организации найма рабочей силы, установление правил продажи различных товаров, утверждение минимального размера оплаты труда и т.д.
 1. нормативно-правовых факторов
 2. покупателей
 3. банковской системы
 4. международной обстановки
 7. К этим ресурсам внутренних факторов относятся основные фонды предприятия, товарные запасы,

- а так же часть оборотных средств, вложенная в малоценные и быстроизнашивающиеся предметы
1. материальные ресурсы
 2. финансовые ресурсы
 3. трудовые ресурсы
 4. природные ресурсы
8. Коммерческие предприятия должны участвовать в выборе зарубежных партнеров
1. да, коммерческие предприятия могут выбирать зарубежных партнеров
 2. нет, для этого есть специализированные внешнеторговые фирмы
 3. по согласованию с Торгово-промышленной палатой РФ
9. Внешнеторговая деятельность относится к внешнеэкономической деятельности
1. да, внешнеторговая деятельность - это одно из направлений внешнеэкономической деятельности
 2. нет, внешнеторговая деятельность - это самостоятельный вид деятельности
 3. это зависит от состава участников внешнеторговой деятельности
10. В состав обеспечивающих операций можно включить
1. транспортно-экспедиционные операции, операции по страхованию грузов
 2. операции по проверке качества поставляемых товаров у продавца
 3. операции по приемке товаров, поступивших по контрактам
11. Косвенный метод осуществления международных коммерческих операций предполагает
1. покупку или/и продажу товаров через оптово-посредническое звено
 2. использование воздушного, морского и речного транспорта при доставке закупленных товаров
 3. особый порядок расчетов
12. Основные задачи Международной торговой палаты
1. выработка рекомендаций по экономической политике и практике на основе правил международной торговли, а также разработка стандартов международной коммерческой деятельности
 2. проверка правомочий заключаемых международных контрактов
 3. проверка правомочий заключаемых международных контрактов, лицензирование и квотирование экспортно-импортных операций
13. Экономические методы регулирования внешней торговли
1. тарифные и часть нетарифных методов
 2. квотирование экспорта
 3. нетарифные ограничения
14. Физические лица могут быть участниками коммерческой деятельности:
1. да
 2. нет
 3. могут, но только в установленных законом случаях
15. Цель, которую преследуют коммерческие организации (предприятия) на рынке:
1. получение прибыли в результате своей деятельности
 2. максимально возможное снижение расходов
 3. увеличение объемов продаж
16. Возможно ли получение кредита в банке предпринимателем без образования юридического лица
1. да, банки рассматривают заявки всех участников коммерческой деятельности
 2. иногда, если запрашиваемая сумма незначительно
 3. нет, банки выдают кредиты только юридическим лицам
17. Дочерние общества отличаются от зависимых:
1. величиной доли в уставном капитале основной коммерческой организации
 2. более развитой материально-технической базой
 3. порядком оформления учредительных документов
18. Совет директоров (наблюдательный совет) в акционерных обществах создается:
1. когда число членов общества более чем пятьдесят
 2. когда акционерное общество занимается более чем пятью видами деятельности
 3. когда число относительно обособленных подразделений общества десять и более
19. Классическая форма товарно-денежного обмена
1. Т — Д — Т
 2. Д — Т — Д
 3. Т — Д — Д
 4. Д — Д — Т
20. Сущность денег заключается в исполнении следующих функций: являются мерой стоимости единицы товара, т.е. его ценой
1. используются как средство обращения, т.е. в форме получения денег за один товар и платежа за другой
 2. выступают в качестве мирового средства
 3. формируют торговые сети
 4. развивают розничную торговлю через автоматы
21. Комплекс организаций и учреждений, а также набор инструментов и процедур, необходимых для проведения коммерческих расчетов между субъектами расчетных отношений, возникающих в процессе производства и реализации товаров, услуг и работ - это
1. платежная система государства
 2. платежный оборот
 3. денежный оборот

4. документооборот
22. Форма расчетов - это
1. урегулированный законодательством способ исполнения через банк денежных обязательств участников рынка, представляющий собой совокупность взаимосвязанных элементов, к которым относятся способ платежа и соответствующий ему документооборот
 2. совокупность платежей, осуществляемых без использования наличных денег
 3. совокупность платежей, осуществляемых с использованием наличных денег
23. Наличный денежный оборот - это
1. совокупность платежей, осуществляемых с использованием наличных денег
 2. совокупность платежей, осуществляемых без использования наличных денег
 3. способ исполнения через банк денежных обязательств
24. Связь между рисками коммерческой деятельности и страхованием существует
1. да, страхуются именно риски коммерческой деятельности
 2. в зависимости от вида коммерческой деятельности
 3. нет
25. Страховая защита в коммерческой деятельности обеспечивает
1. возмещение ущерба от материальных и финансовых потерь
 2. возмещение потерь в результате ухудшения качества товаров (продукции)
 3. компенсацию потерь в результате колебания цен
26. Различие между лизингом и прокатом состоит в том, что
1. лизинг отличается от проката составом субъектов сделки, характером объектов, сроками договора, возможностью приобретения объектов лизинга в собственность по остаточной стоимости
 2. лизинг - это прокат оборудования для коммерческих структур
 3. лизинг бывает оперативным и финансовым, а прокат - только бытовым
27. Каким образом соотносятся понятия "лизинг" и "кредит"
1. лизинг - разновидность кредитования с элементами материально-технического снабжения и аренды
 2. не соотносятся никак: кредит - заем средств, лизинг - аренда оборудования
 3. лизинг связан с кредитованием в предприятиях сферы обращения
28. Финансовый лизинг представляет собой
1. лизинг имущества с полной окупаемостью или полной выплатой его стоимости
 2. заём денежных средств на приобретение оборудования
 3. накопление средств для проведения ремонтов
29. Главная характеристика чистого лизинга:
1. всё обслуживание передаваемого имущества берет на себя лизингополучатель
 2. аренда без кредитования
 3. все обслуживание передаваемого имущества берет на себя лизингодатель
30. Документы, применяемые для нормативно-правового регулирования отношений лизинга:
1. Гражданский кодекс РФ, Федеральный закон "О финансовой аренде (лизинге)", лизинговый договор
 2. Гражданский кодекс РФ, Трудовой кодекс РФ
 3. внутренние документы (приказы, распоряжения и т.п.) по каждому предприятию, задействованному в лизинговой сделке
31. Факторинг - это осуществляемая на договорной основе
1. покупка фактор-фирмой дебиторской задолженности своих клиентов
 2. оплата фактор-фирмой кредиторской задолженности за своих клиентов
 3. операции по предоставлению фактор-фирмой средств в долг своим клиентам
32. Закрытые факторинговые операции представляют собой
1. операции, при которых покупатель не извещен о договоре поставщика (продавца) с факторфирмой
 2. секретные финансовые операции
 3. международные финансовые операции
33. Ценность коммерческой информации определяется
1. полезностью, своевременностью и достоверностью
 2. оперативностью и объективностью
 3. комплексностью и широтой
34. Конфидентом коммерческой тайны является
1. физическое или юридическое лицо, которому в силу служебного положения, договора или на ином законном основании известна коммерческая тайна
 2. руководитель коммерческого предприятия
 3. собственники (акционеры) коммерческого предприятия
35. Обязательства по неразглашению коммерческой тайны после увольнения работника действуют в течение определенного срока:
1. 2 года
 2. 5 лет
 3. Бессрочно
36. Регулирование коммерческой деятельности в стране осуществляется:
1. органами власти на трех уровнях: федеральном, региональном и местном
 2. федеральным правительством
 3. такое регулирование не осуществляется - коммерческая деятельность регулируется рынком
37. Целью государственного антимонопольного регулирования является:
1. поддержание конкуренции, сокращение числа случаев недоброкачественной конкуренции

2. расширение ассортимента и повышение качества товаров и продукции
3. увеличение доходов потребителей
38. При отнесении коммерческих предприятий к категории малых учитывается:
 1. численность занятых работников
 2. количество реализуемых товаров и услуг
 3. имеющаяся производственная (торговая) площадь
39. Верно ли утверждение "Ассортимент товаров имеет значение с точки зрения качества обслуживания населения"
 1. да, т.к. ассортимент предоставляет свободу выбора товаров
 2. нет, т.к. качество обслуживания обеспечивает персонал
 3. имеет в тех случаях, когда ассортимент является универсальным
40. Соотношения понятий "товарное предложение", "товарные запасы", "товарные ресурсы"
 1. самое широкое понятие - "товарное предложение", более узкое - "товарные ресурсы" и конкретное "товарные запасы"
 2. самое широкое понятие - "товарные ресурсы", более узкое - "товарное предложение" и конкретное "товарные запасы"
 3. самое широкое понятие - "товарное предложение", более узкое - "товарные запасы" и конкретное "товарные ресурсы"
41. Документ, являющийся основным при формировании хозяйственных связей коммерческих предприятий
 1. Гражданский кодекс РФ
 2. Арбитражно-процессуальный кодекс РФ
 3. Арбитражный кодекс РФ
42. Договора могут заключаться в устной форме
 1. да, например, договор розничной продажи
 2. нет, договора заключаются только письменно
 3. да, но это будет незаконно
43. Биржа выполняет
 1. торгово-посреднические функции
 2. функции трудоустройства
 3. рекламные функции
44. Товарная биржа - это
 1. оптовый рынок товаров
 2. механизм ценообразования
 3. механизм проверки качества продаваемых товаров
45. Согласный (английский) аукцион - это
 1. аукцион, на котором стартовые цены постепенно повышаются, пока товар не будет продан по высшей цене
 2. аукцион, на котором стартовые цены постепенно снижаются, пока товар не будет продан по устраивающей покупателя цене
 3. аукцион по розничной продаже представленных товаров
47. Установить соответствие между параметрами корпоративного имиджа
 3. Бизнес - имидж
 4. Внутренний имидж
 - А. предоставляемые социальные гарантии
 - Б. надежность предприятия
 - В. Фирменный стиль
 - Г. престижность предприятия
 - Д. представление партнеров о миссии компании
 - Е. психологическая атмосфера

ВАРИАНТ №1

БЛОК А

1. Основная функция розничной торговли – это
 - А. удовлетворение потребностей населения в товарах;
 - Б. перемещение товаров;
 - В. хранение товаров;
 - Г. вариант А, Б, В.
2. Назовите основную цель торгового предприятия при реализации товаров:
 - А. извлечение дохода;
 - Б. товародвижение;
 - В. извлечение прибыли;
 - Г. формирование убытка.
3. Торговая сеть - это...
 - А. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории и под общим управлением;
 - Б. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории;
 - В. совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением;
 - Г. совокупность торговых предприятий, расположенных на разных территориях.
4. В летний и осенний сезоны стационарная сеть дополняется
 - А. киосками;
 - Б. палатками;
 - В. павильонами;
 - Г. магазинами.

5. Назовите дистанционный вид продаж:

- А. оптовая торговля;
- Б. почтовая торговля;
- В. розничная торговля;
- Г. варианты А, Б, В.

6. Назовите торговое предприятие по организационно-правовой форме и виду предпринимательской деятельности:

- А. хозяйственное товарищество;
- Б. павильон;
- В. гипермаркет;
- Г. универсам.

7. Назовите транспортный фактор, учитываемый при размещении торговой сети:

- А. интенсивность движения общественного транспорта;
- Б. численность населения;
- В. денежные доходы населения;
- Г. денежные расходы населения.

8. Укажите правильный перечень типов торговых предприятий:

- А. стационарная, нестационарная, почтовая торговая сеть;
- Б. отдельно стоящие, встроенные;
- В. гипермаркет, супермаркет, гастроном;
- Г. варианты А, Б.

9. Укажите признак, характеризующий тип торгового предприятия:

- А. общая площадь магазина;
- Б. методы продажи товаров;
- В. предоставляемый сервис;
- Г. варианты А, Б, В.

10. Дайте характеристику фирменному магазину:

- А. реализует бренд одного отечественного производителя;
- Б. реализует бренды разных иностранных производителей;
- В. реализует бренды разных отечественных производителей;
- Г. варианты А, Б, В.

11. Совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов - это ...

- А. технология торговли;
- Б. технологический процесс;
- В. организация торговли;
- Г. вариант А, Б, В.

12. Назовите вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям:

- А. складирование;
- Б. размещение;
- В. торговля;
- Г. хранение.

13. Определите функцию оптовой торговли:

- А. обособление промышленных предприятий;
- Б. обособление торговли;
- В. контроль за промышленными и торговыми предприятиями;
- Г. посредничество между промышленными и торговыми предприятиями.

14. Назовите принцип рационального товародвижения:

- А. кратчайший путь движения товара;
- Б. максимальный путь движения товара;
- В. максимальная загруженность складских помещений;
- Г. вариант Б и В.

15. Порядок учета объема продаж, запасов на начало и конец планируемого периода происходит ...

- А. методом экстраполяции динамических рядов продаж;
- Б. методом использования коэффициента эластичности;
- В. нормативным методом определения потребности в товарах;
- Г. балансовым методом.

16. Назовите вид розничной торговли, осуществляемой вне стационарной розничной сети с использованием специальных транспортных средств:

- А. разносная торговля;
- Б. развозная торговля;
- В. почтовая торговля;
- Г. комиссионная торговля;

17. Оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещения для хранения товаров, с учетом одного рабочего места продавца это ...

- А. киоск;
- Б. палатка;
- В. торговый автомат;

- Г. павильон.
18. Помещения для хранения тары и контейнеров ...
- А. подсобные;
 - Б. административно-бытовые;
 - В. технические;
 - Г. комплексные.
19. Назовите требования, предъявляемые для строительства торговых зданий, которые обеспечат наименьшие затраты труда и материальных ресурсов:
- А. эстетические требования;
 - Б. строительные требования;
 - В. экономические требования;
 - Г. санитарно-гигиенические требования.
20. Частота завоза товара в магазин зависит от ...
- А. ёмкости подсобных помещений;
 - Б. количества покупателей;
 - В. количества поставщиков;
 - Г. состава поставщиков.
21. Тепловой узел торговой организации входит в ...
- А. административное помещение;
 - Б. техническое помещение;
 - В. подсобное помещение;
 - Г. складское помещение.
22. Назовите показатель, характеризующий степень использования площади торгового зала и оборудования под выкладку товаров:
- А. коэффициент оборота площади;
 - Б. коэффициент интеграции площади;
 - В. коэффициент установочной площади;
 - Г. коэффициент экспозиционной площади.
23. Товары, покупка которых происходит под влиянием каких-то импульсов - это:
- А. товары периодического спроса;
 - Б. товары повседневного спроса;
 - В. товары импульсного спроса;
 - Г. товары редкого спроса.
24. Рабочее место продавца - это ...
- А. место, в котором продавец должен находиться и которое прямо или косвенно находится под контролем работодателя;
 - Б. место, в котором работник должен находиться;
 - В. вторичное звено торгового процесса;
 - Г. место, где создаются материальные ценности.
25. Показатель, указывающий на предпочтительность варианта размещения отдела:
- А. коэффициент подхода;
 - Б. коэффициент привлекательности;
 - В. коэффициент покупки;
 - Г. коэффициент обслуживания.
26. При площади торгового зала магазина 800 квадратных метров и площади под торговым оборудованием 400 квадратных метров коэффициент установочной площади торгового зала составит:
- А. 0,4;
 - Б. 0,8;
 - В. 0,5;
 - Г. 1.
27. Укажите документ, который определяет правила и сроки приемки товаров по качеству:
- А. договор купли продажи;
 - Б. счет - фактура;
 - В. накладная;
 - Г. варианты А, Б, В.
28. Назовите основную функцию товарного склада
- А. продажа товаров;
 - Б. товароснабжение розничной торговой сети;
 - В. перемещение товаров;
 - Г. варианты А, Б, В.
29. Назовите вид склада, на котором хранятся товары в течение длительного времени:
- А. накопительный;
 - Б. сезонного хранения;
 - В. досрочного завоза;
 - Г. транзитно-перевалочный.
30. Назовите складское помещение, предназначенное для приема, сортировки и хранения товаров:
- А. вспомогательное;
 - Б. подсобного назначения;
 - В. основного производственного назначения;

Г. бытового назначения.

БЛОК Б

Вставьте пропущенное слово

1. Первая «Торговая книга» вышла в России в _____ году.
2. Большую часть информации несет общение.
3. Тип человека, ведущая репрезентативная система которого - слуховой канал, называется тип.
4. Допишите формулу СВОЙСТВА ТОВАРА ++ ВЫГОДА КЛИЕНТА
5. Существует правило торговли: семь плюсов товара и ... минуса.
6. На этапе завершения сделки рекомендуется задавать вопросы. Выберите правильный вариант ответа
7. Покупатель вошел в магазин и целенаправленно идет к отделу определенных товаров. Каковы будут Ваши действия?
 - a) Спросить «чем я могу помочь»?
 - b) Рассказать ему о новинках в магазине
 - c) Идти по залу на пару шагов сзади покупателя, чтобы в нужный момент оказаться рядом
 - d) Заняться другими делами, но быть готовым подойти к нему
8. На улице дождь и случайный прохожий забежал в Ваш магазин. Каковы будут Ваши действия?
 - a) Не тратить на него время – это случайный прохожий
 - b) Рассказать о новинках, появившихся в продаже
 - c) Провести небольшую экскурсию по магазину
 - d) Постараться продать ему какой-то небольшой товар
9. Диалог с клиентом Вы начнете с
 - a) Закрытого вопроса
 - b) Открытого вопроса
 - c) Альтернативного вопроса
 - d) риторического вопроса
10. Общение человека через мимику, жесты, позы, взгляд и без слов называется:
 - a) вербальное общение
 - b) невербальное общение
 - c) социальное общение
 - d) эффективное общение
11. Как называются вопросы, которые начинаются с вопросительных слов: что? Где? Как? Сколько?
 - a) открытые
 - b) закрытые
 - c) риторические
 - d) альтернативные
12. Предположим, Вы продаете ноутбуки. Покупатель говорит «мне не нужен «крутой» ноутбук». Какой товар Вы ему предложите?
 - a) Самый дешевый, хотя и не очень функциональный
 - b) Самый ходовой, с типовой конфигурацией

ВАРИАНТ №1

БЛОК А

1. Основная функция розничной торговли – это

- А. удовлетворение потребностей населения в товарах;
- Б. перемещение товаров;
- В. хранение товаров;
- Г. вариант А, Б, В.

2. Назовите основную цель торгового предприятия при реализации товаров:

- А. извлечение дохода;
- Б. товародвижение;
- В. извлечение прибыли;
- Г. формирование убытка.

3. Торговая сеть - это...

- А. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории и под общим управлением;
- Б. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории;
- В. совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением;
- Г. совокупность торговых предприятий, расположенных на разных территориях.

4. В летний и осенний сезоны стационарная сеть дополняется

- А. киосками;
- Б. палатками;
- В. павильонами;
- Г. магазинами.

5. Назовите дистанционный вид продаж:

- А. оптовая торговля;
- Б. посылочная торговля;
- В. розничная торговля;
- Г. варианты А, Б, В.

6. Назовите торговое предприятие по организационно-правовой форме и виду предпринимательской деятельности:

- А. хозяйственное товарищество;

- Б. павильон;
В. гипермаркет;
Г. универсам.
7. Назовите транспортный фактор, учитываемый при размещении торговой сети:
А. интенсивность движения общественного транспорта;
Б. численность населения;
В. денежные доходы населения;
Г. денежные расходы населения.
8. Укажите правильный перечень типов торговых предприятий:
А. стационарная, нестационарная, посылочная торговая сеть;
Б. отдельно стоящие, встроенные;
В. гипермаркет, супермаркет, гастроном;
Г. варианты А, Б.
9. Укажите признак, характеризующий тип торгового предприятия:
А. общая площадь магазина;
Б. методы продажи товаров;
В. предоставляемый сервис;
Г. варианты А, Б, В.
10. Дайте характеристику фирменному магазину:
А. реализует бренд одного отечественного производителя;
Б. реализует бренды разных иностранных производителей;
В. реализует бренды разных отечественных производителей;
Г. варианты А, Б, В.
11. Совокупность параллельно или последовательно выполняемых операций и процедур при продаже товаров и организации товародвижения с использованием определенных средств и методов - это ...
А. технология торговли;
Б. технологический процесс;
В. организация торговли;
Г. вариант А, Б, В.
12. Назовите вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям:
А. складирование;
Б. размещение;
В. торговля;
Г. хранение.
13. Определите функцию оптовой торговли:
А. обособление промышленных предприятий;
Б. обособление торговли;
В. контроль за промышленными и торговыми предприятиями;
Г. посредничество между промышленными и торговыми предприятиями.
14. Назовите принцип рационального товародвижения:
А. кратчайший путь движения товара;
Б. максимальный путь движения товара;
В. максимальная загруженность складских помещений;
Г. вариант Б и В.
15. Порядок учета объема продаж, запасов на начало и конец планируемого периода происходит ...
А. методом экстраполяции динамических рядов продаж;
Б. методом использования коэффициента эластичности;
В. нормативным методом определения потребности в товарах;
Г. балансовым методом.
16. Назовите вид розничной торговли, осуществляемой вне стационарной розничной сети с использованием специальных транспортных средств:
А. разносная торговля;
Б. развозная торговля;
В. посылочная торговля;
Г. комиссионная торговля;
17. Оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещения для хранения товаров, с учетом одного рабочего места продавца это ...
А. киоск;
Б. палатка;
В. торговый автомат;
Г. павильон.
18. Помещения для хранения тары и контейнеров ...
А. подсобные;
Б. административно-бытовые;
В. технические;
Г. комплексные.
19. Назовите требования, предъявляемые для строительства торговых зданий, которые обеспечат наименьшие затраты труда

и материальных ресурсов:

- А. эстетические требования;
 - Б. строительные требования
 - В. экономические требования;
 - Г. санитарно-гигиенические требования.
20. Частота завоза товара в магазин зависит от ...
- А. ёмкости подсобных помещений;
 - Б. количества покупателей;
 - В. количества поставщиков;
 - Г. состава поставщиков.
21. Тепловой узел торговой организации входит в ...
- А. административное помещение;
 - Б. техническое помещение;
 - В. подсобное помещение;
 - Г. складское помещение.
22. Назовите показатель, характеризующий степень использования площади торгового зала и оборудования под выкладку товаров:
- А. коэффициент оборота площади;
 - Б. коэффициент интеграции площади;
 - В. коэффициент установочной площади;
 - Г. коэффициент экспозиционной площади.
23. Товары, покупка которых происходит под влиянием каких-то импульсов - это:
- А. товары периодического спроса;
 - Б. товары повседневного спроса;
 - В. товары импульсного спроса;
 - Г. товары редкого спроса.
24. Рабочее место продавца - это ...
- А. место, в котором продавец должен находиться и которое прямо или косвенно находится под контролем работодателя;
 - Б. место, в котором работник должен находиться;
 - В. вторичное звено торгового процесса;
 - Г. место, где создаются материальные ценности.
25. Показатель, указывающий на предпочтительность варианта размещения отдела:
- А. коэффициент подхода;
 - Б. коэффициент привлекательности;
 - В. коэффициент покупки;
 - Г. коэффициент обслуживания.
26. При площади торгового зала магазина 800 квадратных метров и площади под торговым оборудованием 400 квадратных метров коэффициент установочной площади торгового зала составит:
- А. 0,4;
 - Б. 0,8;
 - В. 0,5;
 - Г. 1.
27. Укажите документ, который определяет правила и сроки приемки товаров по качеству:
- А. договор купли продажи;
 - Б. счет - фактура;
 - В. накладная;
 - Г. варианты А, Б, В.
28. Назовите основную функцию товарного склада
- А. продажа товаров;
 - Б. товароснабжение розничной торговой сети;
 - В. перемещение товаров;
 - Г. варианты А, Б, В.
29. Назовите вид склада, на котором хранятся товары в течение длительного времени:
- А. накопительный;
 - Б. сезонного хранения;
 - В. досрочного завоза;
 - Г. транзитно-перевалочный.
30. Назовите складское помещение, предназначенное для приема, сортировки и хранения товаров:
- А. вспомогательное;
 - Б. подсобного назначения;
 - В. основного производственного назначения;
 - Г. бытового назначения.
- БЛОК Б**
- Вставьте пропущенное слово
1. Первая «Торговая книга» вышла в России в _____ году.
 2. Большую часть информации несет общение.
 3. Тип человека, ведущая репрезентативная система которого - слуховой канал, называется тип.

4. Допишите формулу СВОЙСТВА ТОВАРА ++ ВЫГОДА КЛИЕНТА
5. Существует правило торговли: семь плюсов товара и ... минуса.
6. На этапе завершения сделки рекомендуется задавать вопросы. Выберите правильный вариант ответа
7. Покупатель вошел в магазин и целенаправленно идет к отделу определенных товаров. Каковы будут Ваши действия?
- Спросить «чем я могу помочь?»
 - Рассказать ему о новинках в магазине
 - Идти по залу на пару шагов сзади покупателя, чтобы в нужный момент оказаться рядом
 - Заняться другими делами, но быть готовым подойти к нему
8. На улице дождь и случайный прохожий забежал в Ваш магазин. Каковы будут Ваши действия?
- Не тратить на него время – это случайный прохожий
 - Рассказать о новинках, появившихся в продаже
 - Провести небольшую экскурсию по магазину
 - Постараться продать ему какой-то небольшой товар
9. Диалог с клиентом Вы начнете с
- Закрытого вопроса
 - Открытого вопроса
 - Альтернативного вопроса
 - риторического вопроса
10. Общение человека через мимику, жесты, позы, взгляд и без слов называется:
- вербальное общение
 - невербальное общение
 - социальное общение
 - эффективное общение
11. Как называются вопросы, которые начинаются с вопросительных слов: что? Где? Как? Сколько?
- открытые
 - закрытые
 - риторические
 - альтернативные
12. Предположим, Вы продаете ноутбуки. Покупатель говорит «мне не нужен «крутой» ноутбук». Какой товар Вы ему предложите?
- Самый дешевый, хотя и не очень функциональный
 - Самый ходовой, с типовой конфигурацией
 - Тот, от которого надо избавиться
 - Не дешевый, но функциональный
13. Какую выгоду вы продаете клиенту, если вы пытаетесь донести до него удобство и мягкость покупаемой вещи:
- здоровье
 - красоту
 - практичность
 - комфорт
14. Что может означать жест, когда человек при разговоре почесывает нос или прикрывает рот рукой:
- он устал от общения
 - он говорит неправду
 - он хочет высказаться
 - он вам не верит
15. Вы обсуждаете с Покупателем конкретный товар. Покупатель в разговоре часто произносит слова «не знаю», «может быть» и т.д. Как следует поступить?
- Предложить другие (схожие) модели, расширить выбор
 - Предложить другую модель, «забыв» об этой
 - Показать преимущества выбранной модели, убедить покупателя
 - Постараться побыстрее завершить бесперспективный разговор
16. Как называется речевое, словесное общение человека?
- социальное
 - вербальное
 - невербальное
 - официальное
17. Вы обсудили с клиентом определенные характеристики товара. Как резюмировать итогов?
- Итак, Вы увидели основные возможности...
 - Итак, я показал Вам основные возможности...
 - Итак, мы с Вами рассмотрели основные возможности
 - Итак, основные возможности...
18. Что может означать жест, когда при разговоре собеседник начинает «подергивать» мочку уха:
- он о чем-то думает
 - он устал вас слушать, или у него возникло желание высказаться
 - он заинтересован разговором
 - проявление подчеркнутого неуважения
19. Что в большей степени влияет на имидж продавца?
- одежда
 - обувь

- c) прическа
d) соответствие моде
20. Получая по телефону информацию от клиента, какой из ниже приведенных вопросов не следует задавать при деловом общении?
a) «что?»
b) «где?»
c) «почему?»
d) «когда?»
21. Какой тип покупателя имеет следующую характеристику: держится спокойно и сдержанно, сохраняя невозмутимость даже в сложных ситуациях. Придерживается консервативного стиля одежды. Не терпит ярких, кричащих тонов, в наименьшей степени подвержен влиянию моды. Любит порядок, четкость. При принятии решений логическими соображениями.
a) мыслительный тип
b) решающий тип
c) чувствующий тип
d) воспринимающий
22. Покупатель в зале сосредоточенно рассматривает 2 схожих товара, переходя от одного к другому и обратно. Каковы будут Ваши действия?
a) Спросить «чем я могу помочь?»
b) Спросить «могу ли я помочь в выборе?»
c) Встать рядом в зоне видимости Покупателя и быть готовы подойти к нему
d) Оставить его и заняться другими покупателями
23. В каком случае ассортимент предъявляет более высокие требования к квалификации продавцов, знания ими особенностей товара?
a) Широкий ассортимент
b) Узкий ассортимент
c) Глубокий ассортимент
d) Мелкий ассортимент
24. В категории «К» у Вас 12 моделей товара. Вы предварительно выяснили общие ожидания покупателя. Какие модели Вы предложите покупателю?
a) Все 12 – пусть видит ассортимент
b) Не более 4-5, ему будет удобнее ориентироваться
c) Сначала 3-4, после уточнения пожеланий будем говорить о 2-х схожих моделях
d) 2 схожие модели – у покупателя должно сложиться впечатление выбора
e) Одну самую ходовую модель
f) Одну самую дешевую модель
25. В ходе обсуждения товара Покупатель ссылается на схожий (но не идентичный) товар конкурентов.
a) Надо найти и указать на общие достоинства нашего товара и товара конкурентов
b) Надо найти общие достоинства нашего товара и товара конкурентов, но говорить только о нашем товаре
c) Разговор о товарах конкурентов вообще не стоит поддерживать
d) Надо сразу указать покупателю на недостатки предложения конкурентов

ВАРИАНТ №2

БЛОК А

1. Основная функция розничной торговли – это...

- А. сортировка товаров;
Б. доведение товаров до покупателей;
В. группировка товаров;
Г. складирование товаров.

2. Задача розничного торгового предприятия ...

- А. изучение спроса и потребностей в товарах;
Б. хранение товарных запасов;
В. продажа товаров поставщикам;
Г. формирование товарной документации.

3. Назовите место для осуществления магазинной торговли:

- А. торговый автомат;
Б. киоск;
В. магазин;
Г. варианты А, Б, В.

4. Сезонный характер работы предполагается для ...

- А. палатки;
Б. магазина;
В. киоска;
Г. варианты А, Б, В.

5. Два или более торговых предприятия, находящихся под общим владением и контролем, продающих товары аналогичного ассортимента – это ...

- А. комплекс магазинов;
Б. совокупность магазинов;

- В. сеть магазинов;
Г. кооператив магазинов.
6. Назовите формат магазина:
А. гастроном;
Б. кооператив;
В. склад;
Г. товарищество.
7. Назовите экономический фактор, учитываемый при размещении торговой сети:
А. численность населения;
Б. розничные цены на товары;
В. интенсивность движения общественного транспорта;
Г. демографический состав населения.
8. Универсамы в зависимости от ассортимента реализуемых товаров относятся к ...
А. специализированным магазинам;
Б. смешанным магазинам;
В. комплексным магазинам;
Г. универсальным магазинам.
9. Укажите признак, характеризующий тип торгового предприятия:
А. методы продажи товаров;
Б. ассортимент товаров;
В. предоставляемый сервис;
Г. варианты А, Б, В.
10. Назовите характерные признаки торгового дома:
А. осуществление торговли;
Б. осуществление производства;
В. осуществление внешнеэкономической деятельности;
Г. варианты А, Б, В.
11. Комплекс взаимосвязанных технологических операций в процессе товародвижения - это...
А. технология торговли;
Б. технологический процесс;
В. организация торговли;
Г. вариант А, Б, В.
12. Определите функцию торговли:
А. реализация произведенных потребительских товаров;
Б. смена формы стоимости из товарной в денежную;
В. смена формы стоимости из денежной в товарную;
Г. вариант А, Б.
13. Определите вид торговли товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью:
А. оптовая торговля;
Б. розничная торговля;
В. кооперативная торговля;
Г. вариант А, Б.
14. Современные склады оборудованы ...
А. стеллажами;
Б. компьютерами;
В. автоматизированными системами грузообработок;
Г. темпокассами.
15. Определите услугу по размещению товаров в упаковку для защиты их от неблагоприятных воздействий окружающей среды:
А. упаковывание;
Б. фасовка;
В. подсортировка;
Г. продажа.
16. Назовите вид розничной торговли, предполагающей продажу товаров, предварительно принятых на комиссию:
А. разносная торговля;
Б. развозная торговля;
В. посылочная торговля;
Г. комиссионная торговля.
17. Часть площади торгового зала, предназначенная для расчетов с покупателями ...
А. экспозиционная площадь;
Б. контрольно-кассовый узел;
В. складская площадь;
Г. подсобное помещение.
18. Магазины, торгующие по образцам, организуют ...
А. выставочную продажу;
Б. смешанную продажу;
В. боксовую продажу;

- Г. линейную продажу.
19. Укажите вид внутренней проверки соответствия качества товаров требованиям, установленным нормативными документами.
- А. контроль ассортимента товаров;
 - Б. контроль количества товаров;
 - В. контроль внешнего вида товаров;
 - Г. контроль качества товаров.
20. Укажите порядок учета рациональных норм потребления товаров:
- А. методом экстраполяции динамических рядов продажи;
 - Б. методом использования коэффициента эластичности;
 - В. нормативным методом определения потребности в товарах;
 - Г. балансовым методом.
21. Кабинет директора торговой организации входит в ...
- А. подсобное помещение;
 - Б. складское помещение;
 - В. административное помещение;
 - Г. техническое помещение.
22. Назовите показатель, характеризующий эффективность использования торговой площади в практике торговли:
- А. коэффициент экспозиционной площади;
 - Б. коэффициент установочной площади;
 - В. коэффициент оборота площади;
 - Г. коэффициент интеграции площади.
23. Дорогостоящие товары длительного пользования - это
- А. товары импульсного спроса;
 - Б. товары повседневного спроса;
 - В. товары периодического спроса;
 - Г. товары редкого спроса.
24. Показатель, характеризующий часть посетителей магазина, приходящих в отдел - это
- А. коэффициент покупки;
 - Б. коэффициент привлекательности;
 - В. коэффициент подхода к отделу;
 - Г. коэффициент обслуживания.
25. Укажите, к каким видам площадей относится кафетерий для обслуживания покупателей:
- А. к административно-бытовым;
 - Б. к подсобным;
 - В. к торговым;
 - Г. к техническим.
26. При площади торгового зала магазина 400 квадратных метров и площади под торговым оборудованием 200 квадратных метров коэффициент установочной площади торгового зала составит:
- А. 0,5;
 - Б. 0,4;
 - В. 0,2;
 - Г. 1.
27. Укажите виды потерь относящихся к нормируемым:
- А. норма на «забывчивость покупателей»;
 - Б. естественная убыль сверх норм списания;
 - В. естественная убыль в пределах норм списания;
 - Г. варианты А, Б, В.
28. Назовите вид склада, размещающийся на железнодорожной станции или водной пристани
- А. сезонного хранения;
 - Б. досрочного завоза;
 - В. накопительный;
 - Г. транзитно-перевалочный.
29. Назовите вид склада, предназначенный для концентрации широкого ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров:
- А. специализированный;
 - Б. универсальный;
 - В. открытый;
 - Г. закрытый.
30. На складе, площадь, занятая товарами и площадь проходов - это:
- А. основная часть площади склада;
 - Б. вспомогательная часть площади склада;
 - В. дополнительная часть площади склада;
 - Г. выборочная часть площади склада.
- БЛОК Б**
- Вставьте пропущенное слово
1. Первая в России московская практическая академия коммерческих наук была создана в _____ году.
 2. Общение человека через мимику, жесты, позы, взгляд и без слов называется _____.

3. Слова и выражения, содержащие небольшое преувеличение положительных качеств человека, называются _____.
4. Допишите формулу СВОЙСТВА ТОВАРА + СВЯЗУЮЩАЯ ФРАЗА + _____.
5. В торговле существует формула «Два минуса и ... плюсов товара».
6. Тип человека, ведущая репрезентативная система которого – зрительный канал, называется _____ тип. Выберите правильный вариант ответа
7. Как называются вопросы, которые содержат союз «или»:
- открытые
 - закрытые
 - риторические
 - альтернативные
8. Как называется тип человека, если его ведущий канал «входа информации» - это чувства, ощущения, осознание, обоняние?
- Визуальный тип
 - Аудиальный тип
 - Кинестетический тип
 - Интуитивный тип
9. Какая мимика и жесты означают во всем мире одно и то же?
- когда качают головой
 - когда кивают головой
 - когда улыбаются
 - когда подмигивают
10. Для получения информации необходимо задавать вопросы. Существует несколько групп вопросов. Как называются вопросы, которые требуют однозначного ответа «да» или «нет»?
- риторические
 - закрытые
 - открытые
 - переломные
11. Покупатель вошел в магазин и целенаправленно идет к отделу определенных товаров. Каковы будут Ваши действия?
- Спросить «чем я могу помочь»?
 - Идти по залу на пару шагов сзади покупателя, чтобы в нужный момент оказаться рядом
 - Заняться другими делами, но быть готовым подойти к нему
 - Рассказать ему о новинках в магазине
12. Диалог с клиентом Вы начнете с
- Открытого вопроса
 - Риторического вопроса
 - Альтернативного вопроса
 - Закрытого вопроса
13. Какое из ниже перечисленных утверждений помогает установлению психологического контакта в общении с покупателем?
- закрытые позы, закрытые руки
 - обращение по имени
 - многословие
 - обобщения, типа: «всегда», «никогда», «везде», «постоянно» и т. д.
14. Предположим, Вы продаете компьютер. Покупатель говорит «мне не нужен «крутой» ноутбук». Какой товар Вы ему предложите?
- дешевый, хотя и не очень функциональный
 - Самый ходовой, с типовой конфигурацией
 - Постараюсь объяснить преимущества дорогой модели
 - Тот, от которого надо избавиться
15. Как называется тип человека, если его ведущий канал «входа информации» - это слуховой канал?
- Визуальный тип
 - Аудиальный тип
 - Кинестетический тип
 - Интуитивный тип
16. Вы обсудили с клиентом определенные характеристики товара. Как резюмировать итогов?
- Итак, я показал Вам основные возможности...
 - Итак, Вы увидели основные возможности...
 - Итак, основные возможности....
 - Итак, мы с Вами рассмотрели основные возможности
17. Какой тип покупателя имеет следующую характеристику: любит узнавать что-то новое, не ставит перед собой определенных задач, а предоставляет обстоятельствам «идти своим чередом»
- мыслительный тип
 - решающий тип
 - чувствующий тип
 - воспринимающий
18. Вы обсуждаете с Покупателем конкретный товар. Покупатель в разговоре часто произносит слова «не знаю», «может быть» и т.д. Как следует поступить?

- a) Предложить другую модель, «забыв» об этой
 b) Предложить другие (схожие) модели, расширить выбор
 c) Постараться побыстрее завершить бесперспективный разговор
 d) Показать преимущества выбранной модели, убедить покупателя
19. В категории «А» у Вас 10 моделей товара. Вы предварительно выяснили общие ожидания покупателя. Какие модели Вы предложите покупателю?
 a) Не более 4-5, ему будет удобнее ориентироваться
 b) Одну самую ходовую модель
 c) Сначала 3-4, после уточнения пожеланий будем говорить о 2-х схожих моделях
 d) 2 схожие модели – у покупателя должно сложиться впечатление выбора
 e) Все 10 – пусть видит ассортимент
20. Какой вариант ответа не соответствует этапам продаж?
 a) презентация товара
 b) работа с возражениями
 c) установление контакта
 d) ссылка на авторитет
21. Какой тип имеет следующую характеристику: основное предпочтение: самое главное в любой деятельности – результат. Двигается решительно и целеустремленно. Почти всегда знает, чего хочет. Жестко отстаивает собственные взгляды.
 a) мыслительный тип
 b) решающий тип
 c) чувствующий тип
 d) воспринимающий
22. В ходе обсуждения товара Покупатель ссылается на схожий (но не идентичный) товар конкурентов.
 a) Надо сразу указать покупателю на недостатки предложения конкурентов
 b) Надо найти и указать на общие достоинства нашего товара и товара конкурентов
 c) Надо найти общие достоинства нашего товара и товара конкурентов, но говорить только о нашем товаре
 d) Разговор о товарах конкурентов вообще не стоит поддерживать
23. Покупатель в зале сосредоточенно рассматривает 2 схожих товара, переходя от одного к другому и обратно. Каковы будут Ваши действия?
 a) Спросить «могу ли я помочь в выборе?»
 b) Встать рядом в зоне видимости Покупателя и быть готовы подойти к нему
 c) Спросить «чем я могу помочь?»
 d) Оставить его и заняться другими покупателями
24. В каком случае ассортимент предъявляет более высокие требования к квалификации продавцов, знания ими особенностей товара?
 a) Глубокий ассортимент
 b) Мелкий ассортимент
 c) Широкий ассортимент
 d) Узкий ассортимент
25. Как называется выгода клиента, если для него очень важно покупать натуральные продукты.
 a) Красота
 b) Здоровье
 c) Престиж
 d) Практичность

ВАРИАНТ №3

БЛОК А

1. Основная функция розничной торговли – это...

- А. формирование торговой документации;
 Б. обеспечение обслуживания покупателей;
 В. формирование складов;
 Г. вариант А, Б, В.

2. Торговый бизнес – это

- А. бюджетообразующая отрасль;
 Б. бюджетораспределительная отрасль;
 В. бюджетоконтролирующая отрасль;
 Г. вариант А, Б, В.

3. Стационарная торговля – это:

- А. магазинная торговля;
 Б. развозная торговля;
 В. разносная торговля;
 Г. почтовая торговля.

4. Назовите ассортимент товаров, реализуемых через торговые автоматы:

- А. продукты питания без упаковки;
 Б. продукты питания в упаковке;
 В. мебель в упаковке;
 Г. варианты А, Б, В.

5. Назовите торговое предприятие по виду:

- А. склад;
Б. универсам;
В. магазин;
Г. универмаг.
6. Назовите социальный фактор, учитываемый при размещении торговой сети:
А. интенсивность движения общественного транспорта;
Б. товародвижение;
В. численность населения;
Г. денежные доходы населения.
7. Торговая сеть - это:
А. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории;
Б. территория района, на которой размещаются торговые предприятия;
В. территория города, на которой размещаются торговые предприятия;
Г. варианты Б, В.
8. К стационарной сети относят ...
А. автомагазины;
Б. павильоны;
В. магазины;
Г. палатки.
9. Укажите признак, характеризующий тип торгового предприятия:
А. формы продажи товаров;
Б. наличие дополнительных услуг;
В. предоставляемый сервис;
Г. варианты А, Б, В.
10. Магазин, как сложная система - это
А. комплекс торговых помещений;
Б. комплекс торговых и неторговых помещений;
В. комплекс неторговых помещений;
Г. комплекс складских помещений.
11. Назовите основную технологическую операцию:
А. отпуск товара;
Б. размещение товара на хранение;
В. фасовка товара;
Г. внутреннее транспортирование товара.
12. Торговля функционирует в контакте с ...
А. предприятиями промышленности, сельского хозяйства и агропромышленного комплекса;
Б. предприятиями промышленности;
В. предприятиями сельского хозяйства;
Г. предприятиями агропромышленного комплекса.
13. Назовите функцию розничной торговли:
А. отпуск товаров населению;
Б. отпуск товаров мелкооптовым покупателям;
В. закупка товаров у населения;
Г. продажа товаров населению и мелкооптовым покупателям.
14. Назовите вид процесса по подбору и установлению номенклатуры товаров, соответствующей спросу покупателей:
А. формирование ассортимента товаров;
Б. формирование качества товаров;
В. формирование количества товаров;
Г. формирование предложения товаров.
15. Определите послереализационную услугу оптовой торговли:
А. упаковка товаров;
Б. доставка товаров;
В. контроль товаров;
Г. складирование товаров.
16. Определите вид розничной торговли, осуществляемой по заказам, с использованием почтовых отправок:
А. разносная торговля;
Б. развозная торговля;
В. посылочная торговля;
Г. комиссионная торговля.
17. К консалтинговой услуге относят:
А. отпуск товара;
Б. перевозка товара;
В. организация дегустаций продуктов;
Г. расчет за товар.
18. Назовите стационарный некапитальный торговый объект, представляющий собой автоматическое устройство, предназначенное для продажи штучных товаров:
А. киоск;
Б. палатка;

- В. торговый автомат;
Г. павильон.
19. Укажите вид торговли товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием:
А. оптовая торговля;
Б. розничная торговля;
В. кооперативная торговля;
Г. вариант А, Б.
20. Назовите вспомогательную технологическую операцию:
А. отпуск товара;
Б. размещение товара на хранение;
В. консультации покупателя;
Г. расчетно-кассовая операция.
21. Кабинет для персонала торговой организации входит в ...
А. административные помещения;
Б. складские помещения;
В. технические помещения;
Г. подсобные помещения.
22. Товары, которые характеризуются наиболее частыми покупками и относительно невысокими ценами это:
А. товары повседневного спроса;
Б. товары импульсного спроса;
В. товары периодического спроса;
Г. товары редкого спроса.
23. Место в торговом зале, где представлен весь ассортимент данной товарной группы - это:
А. дополнительная точка продаж;
Б. основная точка продаж;
В. кассовый узел;
Г. система «вход-выход».
24. Показатель, характеризующий степень покупок:
А. коэффициент подхода;
Б. коэффициент обслуживания;
В. коэффициент привлекательности;
Г. коэффициент покупки.
25. При площади торгового зала магазина 600 квадратных метров и площади под торговым оборудованием 300 квадратных метров коэффициент установочной площади торгового зала составит:
А. 0,5;
Б. 0,3;
В. 0,6;
Г. 1.
26. Торгово-технологический процесс в магазине включает:
А. доведение товара от продавца к покупателю;
Б. обслуживание покупателя;
В. продажу и обслуживание покупателей;
Г. операции от изучения спроса на товары до доведения его к покупателю;
27. Назовите основное назначение товарного склада:
А. накопление товарных запасов, хранение товарных запасов, обеспечение бесперебойного снабжения розничных торговых предприятий;
Б. накопление товарных запасов;
В. хранение товарных запасов;
Г. обеспечение бесперебойного снабжения розничных торговых предприятий.
28. Назовите вид склада, на котором осуществляется обработка и хранение товаров в определенном периоде времени:
А. досрочного завоза;
Б. транзитно-перевалочный;
В. накопительный;
Г. сезонного хранения.
29. Специально оборудованное изолированное помещение основного производственного, подсобного и вспомогательного назначения предприятия оптовой торговли – это ...
А. торговое помещение;
Б. административное помещение;
В. складское помещение;
Г. бытовое помещение.
30. Укажите вид складского сооружения для хранения строительных материалов и тары:
А. закрытое помещение;
Б. открытая площадка;
В. полужакрытое устройство;
Г. варианты А, Б, В.

Вставьте пропущенное слово

1. Существует правило торговли: семь плюсов товара и ... минуса.
 2. Допишите формулу СВОЙСТВА ТОВАРА ++ ВЫГОДА КЛИЕНТА
 3. Тип человека, ведущая репрезентативная система которого - ощущения, называется тип.
 4. Большую часть информации несет общение.
 5. На этапе завершения сделки рекомендуется задавать вопросы.
 6. Первая «Торговая книга» вышла в России в _____ году.
- Выберите правильный вариант ответа
7. Покупатель вошел в магазин и целенаправленно идет к отделу определенных товаров. Каковы будут Ваши действия?
 - a) Идти по залу на пару шагов сзади покупателя, чтобы в нужный момент оказаться рядом
 - b) Рассказать ему о новинках в магазине
 - c) Спросить «чем я могу помочь»?
 - d) Заняться другими делами, но быть готовым подойти к нему
 8. Общение человека через мимику, жесты, позы, взгляд и без слов называется:
 - a) вербальное общение
 - b) невербальное общение
 - c) социальное общение
 - d) эффективное общение
 9. Как называются вопросы, которые начинаются с вопросительных слов: что? Где? Как? Сколько?
 - a) открытые
 - b) закрытые
 - c) риторические
 - d) альтернативные
 10. На улице дождь и случайный прохожий забежал в Ваш магазин. Каковы будут Ваши действия?
 - a) Не тратить на него время – это случайный прохожий
 - b) Рассказать о новинках, появившихся в продаже
 - c) Провести небольшую экскурсию по магазину
 - d) Постараться продать ему какой-то небольшой товар
 11. Диалог с клиентом Вы начнете с
 - a) Закрытого вопроса
 - b) Открытого вопроса
 - c) Альтернативного вопроса
 - d) риторического вопроса
 12. Что может означать жест, когда человек при разговоре почесывает нос или прикрывает рот рукой:
 - a) он устал от общения
 - b) он говорит неправду
 - c) он хочет высказаться
 - d) он вам не верит
 13. Вы обсуждаете с Покупателем конкретный товар. Покупатель в разговоре часто произносит слова «не знаю», «может быть» и т.д. Как следует поступить?
 - a) Предложить другие (схожие) модели, расширить выбор
 - b) Предложить другую модель, «забыв» об этой
 - c) Показать преимущества выбранной модели, убедить покупателя
 - d) Постараться побыстрее завершить бесперспективный разговор
 14. Предположим, Вы продаете ноутбуки. Покупатель говорит «мне не нужен «крутой» ноутбук». Какой товар Вы ему предложите?
 - a) Самый дешевый, хотя и не очень функциональный
 - b) Самый ходовой, с типовой конфигурацией
 - c) Тот, от которого надо избавиться
 - d) Не дешевый, но функциональный
 15. Какую выгоду вы продаете клиенту, если он предпочитает покупать темные, а не светлые вещи:
 - a) здоровье
 - b) красота
 - c) практичность
 - d) комфорт
 16. Что может означать жест, когда при разговоре собеседник начинает «подергивать» мочку уха:
 - a) он о чем-то думает
 - b) он устал вас слушать, или у него возникло желание высказаться
 - c) он заинтересован разговором
 - d) проявление подчеркнутого неуважения
 17. Что в большей степени влияет на имидж продавца?
 - a) одежда
 - b) обувь
 - c) прическа
 - d) соответствие моде
 18. Как называется речевое, словесное общение человека?
 - a) социальное
 - b) вербальное

- c) невербальное
d) официальное
19. Вы обсудили с клиентом определенные характеристики товара. Как резюмировать итога?
a) Итак, Вы увидели основные возможности...
b) Итак, я показал Вам основные возможности...
c) Итак, мы с Вами рассмотрели основные возможности
d) Итак, основные возможности...
20. Покупатель в зале сосредоточенно рассматривает 2 схожих товара, переходя от одного к другому и обратно. Каковы будут Ваши действия?
a) Спросить «чем я могу помочь?»
b) Спросить «могу ли я помочь выбрать?»
c) Встать рядом в зоне видимости Покупателя и быть готовы подойти к нему
d) Оставить его и заняться другими покупателями
21. В каком случае ассортимент предъявляет более высокие требования к квалификации продавцов, знания ими особенностей товара?
a) Широкий ассортимент
b) Узкий ассортимент
c) Глубокий ассортимент
d) Мелкий ассортимент
22. Получая по телефону информацию от клиента, какой из ниже приведенных вопросов не следует задавать при деловом общении?
a) «что?»
b) «где?»
c) «почему?»
d) «когда?»
23. Какой тип покупателя имеет следующую характеристику: держится спокойно и сдержанно, сохраняя невозмутимость даже в сложных ситуациях. Придерживается консервативного стиля одежды. Не терпит ярких, кричащих тонов, в наименьшей степени подвержен влиянию моды. Любит порядок, четкость. При принятии решений логическими соображениями.
a) мыслительный тип
b) решающий тип
c) чувствующий тип
d) воспринимающий
24. В ходе обсуждения товара Покупатель ссылается на схожий (но не идентичный) товар конкурентов.
a) Надо найти и указать на общие достоинства нашего товара и товара конкурентов
b) Надо найти общие достоинства нашего товара и товара конкурентов, но говорить только о нашем товаре
c) Разговор о товарах конкурентов вообще не стоит поддерживать
d) Надо сразу указать покупателю на недостатки предложения конкурентов
25. В категории «К» у Вас 10 моделей товара. Вы предварительно выяснили общие ожидания покупателя. Какие модели Вы предложите покупателю?
a) Все 10 – пусть видит ассортимент
b) Не более 4-5, ему будет удобнее ориентироваться
c) Сначала 3-4, после уточнения пожеланий будем говорить о 2-х схожих моделях
d) 2 схожие модели – у покупателя должно сложиться впечатление выбора
e) Одну самую ходовую модель
d) Не дешевый, но функциональный
13. Какую выгоду вы продаете клиенту, если вы пытаетесь донести до него удобство и мягкость покупаемой вещи:
a) здоровье
b) красоту
c) практичность
d) комфорт
14. Что может означать жест, когда человек при разговоре почесывает нос или прикрывает рот рукой:
a) он устал от общения
b) он говорит неправду
c) он хочет высказаться
d) он вам не верит
15. Вы обсуждаете с Покупателем конкретный товар. Покупатель в разговоре часто произносит слова «не знаю», «может быть» и т.д. Как следует поступить?
a) Предложить другие (схожие) модели, расширить выбор
b) Предложить другую модель, «забыв» об этой
c) Показать преимущества выбранной модели, убедить покупателя
d) Постараться побыстрее завершить бесперспективный разговор
16. Как называется речевое, словесное общение человека?
a) социальное
b) вербальное
c) невербальное
d) официальное

17. Вы обсудили с клиентом определенные характеристики товара. Как резюмировать итогов?
- Итак, Вы увидели основные возможности...
 - Итак, я показал Вам основные возможности...
 - Итак, мы с Вами рассмотрели основные возможности
 - Итак, основные возможности...
18. Что может означать жест, когда при разговоре собеседник начинает «подергивать» мочку уха:
- он о чем-то думает
 - он устал вас слушать, или у него возникло желание высказаться
 - он заинтересован разговором
 - проявление подчеркнутого неуважения
19. Что в большей степени влияет на имидж продавца?
- одежда
 - обувь
 - прическа
 - соответствие моде
20. Получая по телефону информацию от клиента, какой из ниже приведенных вопросов не следует задавать при деловом общении?
- «что?»
 - «где?»
 - «почему?»
 - «когда?»
21. Какой тип покупателя имеет следующую характеристику: держится спокойно и сдержанно, сохраняя невозмутимость даже в сложных ситуациях. Придерживается консервативного стиля одежды. Не терпит ярких, кричащих тонов, в наименьшей степени подвержен влиянию моды. Любит порядок, четкость. При принятии решений логическими соображениями.
- мыслительный тип
 - решающий тип
 - чувствующий тип
 - воспринимающий
22. Покупатель в зале сосредоточенно рассматривает 2 схожих товара, переходя от одного к другому и обратно. Каковы будут Ваши действия?
- Спросить «чем я могу помочь?»
 - Спросить «могу ли я помочь в выборе?»
 - Встать рядом в зоне видимости Покупателя и быть готовы подойти к нему
 - Оставить его и заняться другими покупателями
23. В каком случае ассортимент предъявляет более высокие требования к квалификации продавцов, знания ими особенностей товара?
- Широкий ассортимент
 - Узкий ассортимент
 - Глубокий ассортимент
 - Мелкий ассортимент
24. В категории «К» у Вас 12 моделей товара. Вы предварительно выяснили общие ожидания покупателя. Какие модели Вы предложите покупателю?
- Все 12 – пусть видит ассортимент
 - Не более 4-5, ему будет удобнее ориентироваться
 - Сначала 3-4, после уточнения пожеланий будем говорить о 2-х схожих моделях
 - 2 схожие модели – у покупателя должно сложиться впечатление выбора
 - Одну самую ходовую модель
 - Одну самую дешевую модель
25. В ходе обсуждения товара Покупатель ссылается на схожий (но не идентичный) товар конкурентов.
- Надо найти и указать на общие достоинства нашего товара и товара конкурентов
 - Надо найти общие достоинства нашего товара и товара конкурентов, но говорить только о нашем товаре
 - Разговор о товарах конкурентов вообще не стоит поддерживать
 - Надо сразу указать покупателю на недостатки предложения конкурентов

ВАРИАНТ №2

БЛОК А

1. Основная функция розничной торговли – это...
- сортировка товаров;
 - доведение товаров до покупателей;
 - группировка товаров;
 - складирование товаров.
2. Задача розничного торгового предприятия ...
- изучение спроса и потребностей в товарах;
 - хранение товарных запасов;
 - продажа товаров поставщикам;
 - формирование товарной документации.
3. Назовите место для осуществления магазинной торговли:
- торговый автомат;

- Б. киоск;
В. магазин;
Г. варианты А, Б, В.
4. Сезонный характер работы предполагается для ...
А. палатки;
Б. магазина;
В. киоска;
Г. варианты А, Б, В.
5. Два или более торговых предприятия, находящихся под общим владением и контролем, продающих товары аналогичного ассортимента – это ...
А. комплекс магазинов;
Б. совокупность магазинов;
В. сеть магазинов;
Г. кооператив магазинов.
6. Назовите формат магазина:
А. гастроном;
Б. кооператив;
В. склад;
Г. товарищество.
7. Назовите экономический фактор, учитываемый при размещении торговой сети:
А. численность населения;
Б. розничные цены на товары;
В. интенсивность движения общественного транспорта;
Г. демографический состав населения.
8. Универсамы в зависимости от ассортимента реализуемых товаров относятся к ...
А. специализированным магазинам;
Б. смешанным магазинам;
В. комплексным магазинам;
Г. универсальным магазинам.
9. Укажите признак, характеризующий тип торгового предприятия:
А. методы продажи товаров;
Б. ассортимент товаров;
В. предоставляемый сервис;
Г. варианты А, Б, В.
10. Назовите характерные признаки торгового дома:
А. осуществление торговли;
Б. осуществление производства;
В. осуществление внешнеэкономической деятельности;
Г. варианты А, Б, В.
11. Комплекс взаимосвязанных технологических операций в процессе товародвижения - это ...
А. технология торговли;
Б. технологический процесс;
В. организация торговли;
Г. вариант А, Б, В.
12. Определите функцию торговли:
А. реализация произведенных потребительских товаров;
Б. смена формы стоимости из товарной в денежную;
В. смена формы стоимости из денежной в товарную;
Г. вариант А, Б.
13. Определите вид торговли товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью:
А. оптовая торговля;
Б. розничная торговля;
В. кооперативная торговля;
Г. вариант А, Б.
14. Современные склады оборудованы ...
А. стеллажами;
Б. компьютерами;
В. автоматизированными системами грузообработок;
Г. теплокассами.
15. Определите услугу по размещению товаров в упаковку для защиты их от неблагоприятных воздействий окружающей среды:
А. упаковывание;
Б. фасовка;
В. подсортировка;
Г. продажа.
16. Назовите вид розничной торговли, предполагающей продажу товаров, предварительно принятых на комиссию:
А. разносная торговля;

- Б. развозная торговля;
В. посылочная торговля;
Г. комиссионная торговля.
17. Часть площади торгового зала, предназначенная для расчетов с покупателями ...
А. экспозиционная площадь;
Б. контрольно-кассовый узел;
В. складская площадь;
Г. подсобное помещение.
18. Магазины, торгующие по образцам, организуют ...
А. выставочную продажу;
Б. смешанную продажу;
В. боксовую продажу;
Г. линейную продажу.
19. Укажите вид внутренней проверки соответствия качества товаров требованиям, установленным нормативными документами.
А. контроль ассортимента товаров;
Б. контроль количества товаров;
В. контроль внешнего вида товаров;
Г. контроль качества товаров.
20. Укажите порядок учета рациональных норм потребления товаров:
А. методом экстраполяции динамических рядов продажи;
Б. методом использования коэффициента эластичности;
В. нормативным методом определения потребности в товарах;
Г. балансовым методом.
21. Кабинет директора торговой организации входит в ...
А. подсобное помещение;
Б. складское помещение;
В. административное помещение;
Г. техническое помещение.
22. Назовите показатель, характеризующий эффективность использования торговой площади в практике торговли:
А. коэффициент экспозиционной площади;
Б. коэффициент установочной площади;
В. коэффициент оборота площади;
Г. коэффициент интеграции площади.
23. Дорогостоящие товары длительного пользования - это
А. товары импульсного спроса;
Б. товары повседневного спроса;
В. товары периодического спроса;
Г. товары редкого спроса.
24. Показатель, характеризующий часть посетителей магазина, проходящих в отдел - это
А. коэффициент покупки;
Б. коэффициент привлекательности;
В. коэффициент подхода к отделу;
Г. коэффициент обслуживания.
25. Укажите, к каким видам площадей относится кафетерий для обслуживания покупателей:
А. к административно-бытовым;
Б. к подсобным;
В. к торговым;
Г. к техническим.
26. При площади торгового зала магазина 400 квадратных метров и площади под торговым оборудованием 200 квадратных метров коэффициент установочной площади торгового зала составит:
А. 0,5;
Б. 0,4;
В. 0,2;
Г. 1.
27. Укажите виды потерь относящихся к нормируемым:
А. норма на «забывчивость покупателей»;
Б. естественная убыль сверх норм списания;
В. естественная убыль в пределах норм списания;
Г. варианты А, Б, В.
28. Назовите вид склада, размещающийся на железнодорожной станции или водной пристани
А. сезонного хранения;
Б. досрочного завоза;
В. накопительный;
Г. транзитно-перевалочный.
29. Назовите вид склада, предназначенный для концентрации широкого ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров:

- А. специализированный;
- Б. универсальный;
- В. открытый;
- Г. закрытый.

30. На складе, площадь, занятая товарами и площадь проходов - это:

- А. основная часть площади склада;
- Б. вспомогательная часть площади склада;
- В. дополнительная часть площади склада;
- Г. выборочная часть площади склада.

БЛОК Б

Вставьте пропущенное слово

1. Первая в России московская практическая академия коммерческих наук была создана в _____ году.
2. Общение человека через мимику, жесты, позы, взгляд и без слов называется _____.
3. Слова и выражения, содержащие небольшое преувеличение положительных качеств человека, называются _____.
4. Допишите формулу СВОЙСТВА ТОВАРА + СВЯЗУЮЩАЯ ФРАЗА + _____.
5. В торговле существует формула «Два минуса и ... плюсов товара».
6. Тип человека, ведущая репрезентативная система которого – зрительный канал, называется _____ тип.

Выберите правильный вариант ответа

7. Как называются вопросы, которые содержат союз «или»:
 - a) открытые
 - b) закрытые
 - c) риторические
 - d) альтернативные
8. Как называется тип человека, если его ведущий канал «входа информации» - это чувства, ощущения, осознание, обоняние?
 - a) Визуальный тип
 - b) Аудиальный тип
 - c) Кинестетический тип
 - d) Интуитивный тип
9. Какая мимика и жесты означают во всем мире одно и то же?
 - a) когда качают головой
 - b) когда кивают головой
 - c) когда улыбаются
 - d) когда подмигивают
10. Для получения информации необходимо задавать вопросы. Существует несколько групп вопросов. Как называются вопросы, которые требуют однозначного ответа «да» или «нет»?
 - a) риторические
 - b) закрытые
 - c) открытые
 - d) переломные
11. Покупатель вошел в магазин и целенаправленно идет к отделу определенных товаров. Каковы будут Ваши действия?
 - a) Спросить «чем я могу помочь»?
 - b) Идти по залу на пару шагов сзади покупателя, чтобы в нужный момент оказаться рядом
 - c) Заняться другими делами, но быть готовым подойти к нему
 - d) Рассказать ему о новинках в магазине
12. Диалог с клиентом Вы начнете с
 - a) Открытого вопроса
 - b) Риторического вопроса
 - c) Альтернативного вопроса
 - d) Закрытого вопроса
13. Какое из ниже перечисленных утверждений помогает установлению психологического контакта в общении с покупателем?
 - a) закрытые позы, закрытые руки
 - b) обращение по имени
 - c) многословие
 - d) обобщения, типа: «всегда», «никогда», «везде», «постоянно» и т. д.
14. Предположим, Вы продаете компьютер. Покупатель говорит «мне не нужен «крутой» ноутбук». Какой товар Вы ему предложите?
 - a) дешевый, хотя и не очень функциональный
 - b) Самый ходовой, с типовой конфигурацией
 - c) Постараюсь объяснить преимущества дорогой модели
 - d) Тот, от которого надо избавиться
15. Как называется тип человека, если его ведущий канал «входа информации» - это слуховой канал?
 - a) Визуальный тип
 - b) Аудиальный тип

- c) Кинестетический тип
d) Интуитивный тип
16. Вы обсудили с клиентом определенные характеристики товара. Как резюмировать итогов?
- a) Итак, я показал Вам основные возможности...
b) Итак, Вы увидели основные возможности...
c) Итак, основные возможности...
d) Итак, мы с Вами рассмотрели основные возможности
17. Какой тип покупателя имеет следующую характеристику: любит узнавать что-то новое, не ставит перед собой определенных задач, а предоставляет возможность обстоятельствам «идти своим чередом»
- a) мыслительный тип
b) решающий тип
c) чувствующий тип
d) воспринимающий
18. Вы обсуждаете с Покупателем конкретный товар. Покупатель в разговоре часто произносит слова «не знаю», «может быть» и т.д. Как следует поступить?
- a) Предложить другую модель, «забыв» об этой
b) Предложить другие (схожие) модели, расширить выбор
c) Постараться побыстрее завершить бесперспективный разговор
d) Показать преимущества выбранной модели, убедить покупателя
19. В категории «А» у Вас 10 моделей товара. Вы предварительно выяснили общие ожидания покупателя. Какие модели Вы предложите покупателю?
- a) Не более 4-5, ему будет удобнее ориентироваться
b) Одну самую ходовую модель
c) Сначала 3-4, после уточнения пожеланий будем говорить о 2-х схожих моделях
d) 2 схожие модели – у покупателя должно сложиться впечатление выбора
e) Все 10 – пусть видит ассортимент
20. Какой вариант ответа не соответствует этапам продаж?
- a) презентация товара
b) работа с возражениями
c) установление контакта
d) ссылка на авторитет
21. Какой тип имеет следующую характеристику: основное предпочтение: самое главное в любой деятельности – результат. Двигается решительно и целеустремленно. Почти всегда знает, чего хочет. Жестко отстаивает собственные взгляды.
- a) мыслительный тип
b) решающий тип
c) чувствующий тип
d) воспринимающий
22. В ходе обсуждения товара Покупатель ссылается на схожий (но не идентичный) товар конкурентов.
- a) Надо сразу указать покупателю на недостатки предложения конкурентов
b) Надо найти и указать на общие достоинства нашего товара и товара конкурентов
c) Надо найти общие достоинства нашего товара и товара конкурентов, но говорить только о нашем товаре
d) Разговор о товарах конкурентов вообще не стоит поддерживать
23. Покупатель в зале сосредоточенно рассматривает 2 схожих товара, переходя от одного к другому и обратно. Каковы будут Ваши действия?
- a) Спросить «могу ли я помочь в выборе?»
b) Встать рядом в зоне видимости Покупателя и быть готовы подойти к нему
c) Спросить «чем я могу помочь?»
d) Оставить его и заняться другими покупателями
24. В каком случае ассортимент предъявляет более высокие требования к квалификации продавцов, знания ими особенностей товара?
- a) Глубокий ассортимент
b) Мелкий ассортимент
c) Широкий ассортимент
d) Узкий ассортимент
25. Как называется выгода клиента, если для него очень важно покупать натуральные продукты.
- a) Красота
b) Здоровье
c) Престиж
d) Практичность

ВАРИАНТ №3**БЛОК А**

1. Основная функция розничной торговли – это...

- А. формирование торговой документации;
Б. обеспечение обслуживания покупателей;
В. формирование складов;

Г. вариант А, Б, В.

2. Торговый бизнес – это

- А. бюджетобразующая отрасль;
Б. бюджетораспределительная отрасль;
В. бюджетоконтролирующая отрасль;
Г. вариант А, Б, В.
3. Стационарная торговля – это:
А. магазинная торговля;
Б. развозная торговля;
В. разносная торговля;
Г. посылочная торговля.
4. Назовите ассортимент товаров, реализуемых через торговые автоматы:
А. продукты питания без упаковки;
Б. продукты питания в упаковке;
В. мебель в упаковке;
Г. варианты А, Б, В.
5. Назовите торговое предприятие по виду:
А. склад;
Б. универсам;
В. магазин;
Г. универмаг.
6. Назовите социальный фактор, учитываемый при размещении торговой сети:
А. интенсивность движения общественного транспорта;
Б. товародвижение;
В. численность населения;
Г. денежные доходы населения.
7. Торговая сеть - это:
А. совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории;
Б. территория района, на которой размещаются торговые предприятия;
В. территория города, на которой размещаются торговые предприятия;
Г. варианты Б, В.
8. К стационарной сети относят ...
А. автомагазины;
Б. павильоны;
В. магазины;
Г. палатки.
9. Укажите признак, характеризующий тип торгового предприятия:
А. формы продажи товаров;
Б. наличие дополнительных услуг;
В. предоставляемый сервис;
Г. варианты А, Б, В.
10. Магазин, как сложная система - это
А. комплекс торговых помещений;
Б. комплекс торговых и неторговых помещений;
В. комплекс неторговых помещений;
Г. комплекс складских помещений.
11. Назовите основную технологическую операцию:
А. отпуск товара;
Б. размещение товара на хранение;
В. фасовка товара;
Г. внутреннее транспортирование товара.
12. Торговля функционирует в контакте с ...
А. предприятиями промышленности, сельского хозяйства и агропро-мышленного комплекса;
Б. предприятиями промышленности;
В. предприятиями сельского хозяйства;
Г. предприятиями агропромышленного комплекса.
13. Назовите функцию розничной торговли:
А. отпуск товаров населению;
Б. отпуск товаров мелкооптовым покупателям;
В. закупка товаров у населения;
Г. продажа товаров населению и мелкооптовым покупателям.
14. Назовите вид процесса по подбору и установлению номенклатуры товаров, соответствующей спросу покупателей:
А. формирование ассортимента товаров;
Б. формирование качества товаров;
В. формирование количества товаров;
Г. формирование предложения товаров.
15. Определите послереализационную услугу оптовой торговли:
А. упаковка товаров;
Б. доставка товаров;
В. контроль товаров;

- Г. складирование товаров.
16. Определите вид розничной торговли, осуществляемой по заказам, с использованием почтовых отправок:
- А. разносная торговля;
 - Б. развозная торговля;
 - В. посылочная торговля;
 - Г. комиссионная торговля.
17. К консалтинговой услуге относят:
- А. отпуск товара;
 - Б. перевозка товара;
 - В. организация дегустаций продуктов;
 - Г. расчет за товар.
18. Назовите стационарный некапитальный торговый объект, представляющий собой автоматическое устройство, предназначенное для продажи штучных товаров:
- А. киоск;
 - Б. палатка;
 - В. торговый автомат;
 - Г. павильон.
19. Укажите вид торговли товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием:
- А. оптовая торговля;
 - Б. розничная торговля;
 - В. кооперативная торговля;
 - Г. вариант А, Б.
20. Назовите вспомогательную технологическую операцию:
- А. отпуск товара;
 - Б. размещение товара на хранение;
 - В. консультации покупателя;
 - Г. расчетно-кассовая операция.
21. Кабинет для персонала торговой организации входит в ...
- А. административные помещения;
 - Б. складские помещения;
 - В. технические помещения;
 - Г. подсобные помещения.
22. Товары, которые характеризуются наиболее частыми покупками и относительно невысокими ценами это:
- А. товары повседневного спроса;
 - Б. товары импульсного спроса;
 - В. товары периодического спроса;
 - Г. товары редкого спроса.
23. Место в торговом зале, где представлен весь ассортимент данной товарной группы - это:
- А. дополнительная точка продаж;
 - Б. основная точка продаж;
 - В. кассовый узел;
 - Г. система «вход-выход».
24. Показатель, характеризующий степень покупок:
- А. коэффициент подхода;
 - Б. коэффициент обслуживания;
 - В. коэффициент привлекательности;
 - Г. коэффициент покупки.
25. При площади торгового зала магазина 600 квадратных метров и площади под торговым оборудованием 300 квадратных метров коэффициент установочной площади торгового зала составит:
- А. 0,5;
 - Б. 0,3;
 - В. 0,6;
 - Г. 1.
26. Торгово-технологический процесс в магазине включает:
- А. доведение товара от продавца к покупателю;
 - Б. обслуживание покупателя;
 - В. продажу и обслуживание покупателей;
 - Г. операции от изучения спроса на товары до доведения его к покупателю;
27. Назовите основное назначение товарного склада:
- А. накопление товарных запасов, хранение товарных запасов, обеспечение бесперебойного снабжения розничных торговых предприятий;
 - Б. накопление товарных запасов;
 - В. хранение товарных запасов;
 - Г. обеспечение бесперебойного снабжения розничных торговых предприятий.
28. Назовите вид склада, на котором осуществляется обработка и хранение товаров в определенном периоде времени:
- А. досрочного завода;
 - Б. транзитно-перевалочный;
 - В. накопительный;

- Г. сезонного хранения.
29. Специально оборудованное изолированное помещение основного производственного, подсобного и вспомогательного назначения предприятия оптовой торговли – это ...
- А. торговое помещение;
Б. административное помещение;
В. складское помещение;
Г. бытовое помещение.
30. Укажите вид складского сооружения для хранения строительных материалов и тары:
- А. закрытое помещение;
Б. открытая площадка;
В. полузакрытое устройство;
Г. варианты А, Б, В.
- БЛОК Б**
- Вставьте пропущенное слово
1. Существует правило торговли: семь плюсов товара и ... минуса.
2. Допишите формулу СВОЙСТВА ТОВАРА ++ ВЫГОДА КЛИЕНТА
3. Тип человека, ведущая репрезентативная система которого - ощущения, называется тип.
4. Большую часть информации несет общение.
5. На этапе завершения сделки рекомендуется задавать вопросы.
6. Первая «Торговая книга» вышла в России в _____ году.
- Выберите правильный вариант ответа
7. Покупатель вошел в магазин и целенаправленно идет к отделу определенных товаров. Каковы будут Ваши действия?
- a) Идти по залу на пару шагов сзади покупателя, чтобы в нужный момент оказаться рядом
b) Рассказать ему о новинках в магазине
c) Спросить «чем я могу помочь»?
d) Заняться другими делами, но быть готовым подойти к нему
8. Общение человека через мимику, жесты, позы, взгляд и без слов называется:
- a) вербальное общение
b) невербальное общение
c) социальное общение
d) эффективное общение
9. Как называются вопросы, которые начинаются с вопросительных слов: что? Где? Как? Сколько?
- a) открытые
b) закрытые
c) риторические
d) альтернативные
10. На улице дождь и случайный прохожий забежал в Ваш магазин. Каковы будут Ваши действия?
- a) Не тратить на него время – это случайный прохожий
b) Рассказать о новинках, появившихся в продаже
c) Провести небольшую экскурсию по магазину
d) Постараться продать ему какой-то небольшой товар
11. Диалог с клиентом Вы начнете с
- a) Закрытого вопроса
b) Открытого вопроса
c) Альтернативного вопроса
d) риторического вопроса
12. Что может означать жест, когда человек при разговоре почесывает нос или прикрывает рот рукой:
- a) он устал от общения
b) он говорит неправду
c) он хочет высказаться
d) он вам не верит
13. Вы обсуждаете с Покупателем конкретный товар. Покупатель в разговоре часто произносит слова «не знаю», «может быть» и т.д. Как следует поступить?
- a) Предложить другие (схожие) модели, расширить выбор
b) Предложить другую модель, «забыв» об этой
c) Показать преимущества выбранной модели, убедить покупателя
d) Постараться побыстрее завершить бесперспективный разговор
14. Предположим, Вы продаете ноутбуки. Покупатель говорит «мне не нужен «крутой» ноутбук». Какой товар Вы ему предложите?
- a) Самый дешевый, хотя и не очень функциональный
b) Самый ходовой, с типовой конфигурацией
c) Тот, от которого надо избавиться
d) Не дешевый, но функциональный
15. Какую выгоду вы продадите клиенту, если он предпочитает покупать темные, а не светлые вещи:
- a) здоровье
b) красоту
c) практичность
d) комфорт

16. Что может означать жест, когда при разговоре собеседник начинает «подергивать» мочку уха:
- он о чем-то думает
 - он устал вас слушать, или у него возникло желание высказаться
 - он заинтересован разговором
 - проявление подчеркнутого неуважения
17. Что в большей степени влияет на имидж продавца?
- одежда
 - обувь
 - прическа
 - соответствие моде
18. Как называется речевое, словесное общение человека?
- социальное
 - вербальное
 - невербальное
 - официальное
19. Вы обсудили с клиентом определенные характеристики товара. Как резюмировать итог?
- Итак, Вы увидели основные возможности...
 - Итак, я показал Вам основные возможности...
 - Итак, мы с Вами рассмотрели основные возможности
 - Итак, основные возможности...
20. Покупатель в зале сосредоточенно рассматривает 2 схожих товара, переходя от одного к другому и обратно. Каковы будут Ваши действия?
- Спросить «чем я могу помочь?»
 - Спросить «могу ли я помочь выбрать?»
 - Встать рядом в зоне видимости Покупателя и быть готовы подойти к нему
 - Оставить его и заняться другими покупателями
21. В каком случае ассортимент предъявляет более высокие требования к квалификации продавцов, знания ими особенностей товара?
- Широкий ассортимент
 - Узкий ассортимент
 - Глубокий ассортимент
 - Мелкий ассортимент
22. Получая по телефону информацию от клиента, какой из ниже приведенных вопросов не следует задавать при деловом общении?
- «что?»
 - «где?»
 - «почему?»
 - «когда?»
23. Какой тип покупателя имеет следующую характеристику: держится спокойно и сдержанно, сохраняя невозмутимость даже в сложных ситуациях. Придерживается консервативного стиля одежды. Не терпит ярких, кричащих тонов, в наименьшей степени подвержен влиянию моды. Любит порядок, четкость. При принятии решений логическими соображениями.
- мыслительный тип
 - решающий тип
 - чувствующий тип
 - воспринимающий
24. В ходе обсуждения товара Покупатель ссылается на схожий (но не идентичный) товар конкурентов.
- Надо найти и указать на общие достоинства нашего товара и товара конкурентов
 - Надо найти общие достоинства нашего товара и товара конкурентов, но говорить только о нашем товаре
 - Разговор о товарах конкурентов вообще не стоит поддерживать
 - Надо сразу указать покупателю на недостатки предложения конкурентов
25. В категории «К» у Вас 10 моделей товара. Вы предварительно выяснили общие ожидания покупателя. Какие модели Вы предложите покупателю?
- Все 10 – пусть видит ассортимент
 - Не более 4-5, ему будет удобнее ориентироваться
 - Сначала 3-4, после уточнения пожеланий будем говорить о 2-х схожих моделях
 - 2 схожие модели – у покупателя должно сложиться впечатление выбора
 - Одну самую ходовую модель

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный/письменный опрос.

Тестирование.

Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.

Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.

Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.

Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.

Экспертная оценка использования обучающимися методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.

Экспертная оценка создания и представления презентаций.

Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.

Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.

Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.

Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:

- на практических занятиях
- при выполнении работ на различных этапах учебной практики;
- при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Мамедова Н. А., Байкова А. Н., Морозова О. Н.	Управление государственными и муниципальными закупками: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л1.2	Прокофьев С. Е., Кадырова Г. М., Еремин С. Г., Галкин А. И.	Управление государственными и муниципальными закупками: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2023

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Памбухчиный О. В.	Организация торговли: учебник	Москва: Дашков и К°, 2018
Л2.2	Башаримова С. И., Грицкова Я. В., Дасько М. В.	Организация торговли: практикум	Минск: РИПО, 2019

6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.3.2.1	Справочная Правовая Система КонсультантПлюс
6.3.2.2	Информационная справочная система «Гарант»

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
4	помещение для самостоятельной работы. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Лаборатория информационных технологий, помещение для	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 19 шт., стул – 35 шт., доска – 1 шт., компьютеры – 10 шт, проектор – 1 шт., доступ в Интернет	Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic Интернет фильтр UserGade Система тестирования MyTestx.1c Предприятие 1С 8.3 Бухгалтерия 1С 8.3 Документооборот 1С 8.3 Комплект для обучения в высших и	344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	

	самостоятельной работы		средних учебных заведений. 1С 8.3		
44	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 26 шт., стул – 50 шт., доска – 1 шт., компьютер – 1 шт., проектор – 1 шт.	Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic	344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	Лек