Тест по МДК 01.01,МДК 01.02, МДК 01.03

Время на выполнение 1 час

Критерии оценивания

За каждый правильный ответ выставляется 1 балл, всего их 60

60-50-оценка 5

49-30-оценка 4

29-24- оценка 3

|  |  |
| --- | --- |
| 1 бизнес | А инициативная, самостоятельная, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение дохода, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг; предпринимательство преследует также цель повышения имиджа, статуса предпринимателя; |
| 2 предпринимательство | Б торговая и торгово-посредническая деятельность, участие в продаже или содействие продаже товаров и услуг; в широком смысле слова — предпринимательская деятельность. |
| 3 коммерция | В инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела; бизнес в небольших масштабах на малых фирмах называют малым; |

**1 .Установите соответствие**

**2. Запишите определение**

**Рынок**—

**Товар** —

**3. Что из перечисленного НЕ относится к функциям коммерческой деятельности:**

**А**. организация хозяйственных и партнерских связей с субъектами рынка;

**Б.** изучение и анализ источников закупки продукции;

**В.** обеспечение связи производства с потреблением продукции, ориентированных на покупательский спрос, в части ассортимента, объема и обновления выпускаемой продукции;

**Г**. осуществление купли-продажи товаров с учетом складывающейся потребности рынка и покупательной способности;

**Д**. увеличение издержек обращения товаров.

**Е.** сокращение издержек обращения товаров.

**4. Перечислите стадии жизненного цикла товара**

**5. Перечислите две группы, на которые делят Услуги торговли**

**6.Перечислите субъектов коммерческой деятельности**

**7.Установите соответствие**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 концерн | А акционерное общество, создаваемое крупными компаниями с целью управления дочерними предприятиями че­рез систему участия и владения контрольным пакетом акций; |
| 2 холдинг | Б соглашение между предприятиями одной от­расли о ценах на продукцию, о разделе рынков сбыта, долях в общем объеме производства и т.п.; |
| 3 консорциум | В как правило, многоотраслевое акционерное об­щество, которое приобретает контрольный пакет акций различ­ных компаний, являющихся по отношению к нему дочерними; |
| 4 синдикат | Г объединение предпринимателей в целях со­вместного проведения крупной финансовой операции; |
| 5 картель | Д форма объединения промышленного, банковского, страхового и торгового капита­лов, а также интеллектуального потенциала предприятий и ор­ганизаций. |
| 6 ассоциация | Е объединение сбыта продукции предпринима­телями одной отрасли для устранения излишней конкуренции между собой; |
| 7 финансово-промышленные группы | Ж добровольное объединение экономически самостоятельных предприятий для совместного решения науч­но-технических, производственных, экономических, социаль­ных, экологических и других задач; |

**8 Перечислите что относится к Неформальным Формальным мероприятиям по защите коммерческой тайны:**

А) Неформальным: выставки, семинары, конференции, презентации, средства массовой информации.

Б) Формальным : деловые встречи, переговоры, обмен технической документацией, персонал фирмы, государственные органы и страховые компании.

**9. Впишите определение**

А.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, достаточно определенно выражающ^ее намерение лица., сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адре­сатом, которым предложение будет принято.

Б.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ответ лица, которому адресо­вана оферта.

**10. Перечислите факторы, оказывающие влияние на построение организационной структуры отделов, входящих в коммерческую службу**

**11.Дополните предложение определением**

 Под **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**понимают систему мероприятий, направленных на устранение излишнего многообразия и отбор наиболее совершенных, отвечающих современным требованиям типов торговой мебели.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**– приведение к единообразию форм, конструкций и размеров деталей, из которых производится сборка торговой мебели.

**12. Дополните**

В зависимости от конструкции торговую мебель подразделяют:

1 по принципу устройства — \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_;

2 по комплектности — \_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3 по способу сборки — \_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

4 по материалу изготовления — \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**13.Дайте определение понятию**

 **Торговый инвентарь** — это

**14. Перечислите что относится к противопожарному инвентарю**

**15. На какие основные группы подразделяются магазины по формам товарной специализации:**

 а) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

б) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

в) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

г) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

д) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**16. Вставьте пропущенное определение**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ торговой сети – это ограничение деятельности отдельных предприятий по торговле отдельными группами товаров.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_торговых предприятий – система мероприятий, направленных на ликвидацию излишнего многообразия типов торговых предприятий и создание технически совершенных и экономически эффективных типов магазинов, использующих такие показатели: размер торговой площади, товарный ассортимент, форма продажи товаров.

**17. Выделяют факторы, влияющие на размещение розничной сети – градостроительные, транспортные, социальные и экономические. Установите соответствие в таблице**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 градостроительные факторы | А включают направление и интенсивность основных потоков движения общественного и индивидуального транспорта |
| 2 Транспортные факторы  | Б необходимость снижения затрат времени на посещение предприятий розничной торговли, достижение высокого уровня торгового обслуживания |
| 3 социальные факторы  | В обеспечение необходимой эффективности капитальных вложений на развитие сети торговых предприятий и оптимального уровня их доходности. |
| 4 Экономические факторы  | Г величина города, форма плана и функциональное зонирование его территории, плотность населения, размещения мест приложения труда, а также административных, культурных и спортивных центров. |

**18. Впишите определение**

1.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ — отражение межотраслевых и отраслевых пропорций в составе товарного предложения.
2.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ - набор товаров, объединенных или сочетающихся по определенному признаку или совокупности признаков (вид, цвет, размер и т.д.).
3.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ - перечень товаров (номенклатуру), выпускаемых отдельными предприятиями, объединениями, отраслями промышленности или сельского хозяйства.

 4.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ — перечень товаров, подобранных для реализации в розничной торговой сети.

**19. Перечислите 2 метода оценки коммерческой эффективности рекламы**

**20. Установите соответствие**

|  |  |
| --- | --- |
| **1 Универмаг**  | **А** Данный тип включает предприятия, которые условно можно подразделить на две группы: крупные, торговой площадью 150-400 м2 , реализующие хозяйственные товары, мебель, бытовую технику, строительные товары, товары для фермерских и приусадебных хозяйств, товары для дома и т.п.; мелкие, имеющие торговую площадь до 150 м2 , реализующие книги, обувь, одежду, головные уборы, галантерею, парфюмерию, подарки, посуду и т.д. |
| **2 Фирменный магазин**  | **Б** небольшое розничное предприятие торговой площадью до 100 м2 с ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров преимущественно повседневного спроса. Отличительной особенностью данного типа предприятия является создание в нем дополнительных удобств или преимуществ для покупателей по сравнению с другими предприятиями: удлиненный или круглосуточный режим работы; более низкие цены; совмещений функций розничной торговли, бытового обслуживания, закупок сельскохозяйственной продукции и т.п.; месторасположение на автозаправочных станциях, автомагистралях, в зонах отдыха и т.д. |
| **3 Удобный (дискаунтный) магазин**  | **В** крупное розничное предприятие торговой площадью более 600 м2 с универсальным ассортиментом промышленных товаров, имеющее специализированные секции (отделы), оказывающее дополнительные услуги населению, работающее на полном или внутреннем хозрасчете. Может включать секцию (отдел), торгующую продовольственными товарами, кулинарными, кондитерскими изделиями, кафетерий и т.п. К универмагам относятся также крупные магазины, торгующие товарами для детей и молодежи. |
| **4 Дом торговли**  | **Г** розничное торговое предприятие торговой площадью 250 м2с универсальным ассортиментом продовольственных товаров и ограниченным ассортиментом промышленных товаров преимущественно повседневного спроса. Для торговой площади под промышленными товарами должна составлять примерно 30%. Возможно наличие отдела кулинарии, кафетерия и т.п. |
| **5 Промтовары** | **Д** небольшое розничное предприятие торговой площадью 30-150 м2 с ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса. Доля торговой площади под промышленными товарами в зависимости от категории составляет примерно 40-50%. |
| **6 Продтовары** | **Е** небольшие розничные предприятия торговой площадью 30-100 м2, реализующие отдельные группы продтоваров. |
| **7 Мини-маркет**  | **Ж** розничное предприятие по реализации продуктов питания торговой площадью 70-200 м2. Возможно наличие «уголка» сопутствующих непродовольственных товаров. |
| **8 Специализированные магазины по продаже отдельных групп непродовольственных товаров.**  | **З** розничные предприятия торговой площадью 100-400 м2 по продаже промышленных товаров преимущественно массового спроса. |
| **9 Супермаркет** | **И** комплексное предприятие торговой площадью 1000 м2, состоящее, как правило, из нескольких обособленных магазинов, с единой дирекцией, размещенном в одном здании и работающих на полном хозяйственном расчете. В состав Дома торговли могут входить универмаг, супермаркет, специализированные магазины, предприятия питания. Отличительной особенностью данного типа предприятия является более широкий, чем в обычных магазинах, спектр коммерческих функций. В частности, Дом торговли наряду с продажей товаров населению, обслуживанием через предприятия питания оказывает разнообразные услуги, включая маркетинговые, реализует через магазины-склады товары оптовым покупателям независимо от их ведомственной принадлежности. |
| **10 Специализированные магазины по продаже отдельных групп продовольственных товаров** | **К** небольшое розничное предприятие торговой площадью до 150 м2 с ограниченным ассортиментом промышленных или продовольственных товаров, находящееся в подчинении того предприятия, чьими товарами торгует. Такое предприятие должно изучать спрос населения на товары, оказывать услуги, проводить активную маркетинговую политику. |