

**Министерство образования Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»**

Фонд оценочных средств
по учебной дисциплины ОП «Организация и технология розничной
торговли»
Профессия 38.01.02 Продавец, контролёр-кассир

Алексеевка 2022

Фонд оценочных средств по дисциплине

Организация разработчик: ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Разработчик: Бабакова Алина Олеговна ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Одобрено на заседании ПЦК учтено – экономических дисциплин
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Протокол №__ от «__»__ 20__ г.

Председатель ПЦК учтено – экономических дисциплин _____ Т.П.Красноружская

Заместитель директора ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»
_____ А.Е.Новиков

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.
2. Требования к результатам освоения дисциплины.
3. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины.
4. Кодификатор контрольных заданий.
5. Разработанные оценочные средства:
 - Входной контроль
 - Текущий контроль (задания к текущему контролю и эталонные ответы)
 - Итоговый контроль (задания к текущему контролю с ответами)

Паспорт фонда оценочных средств

1. Общие положения

Промежуточный контроль освоения тем и разделов дисциплины проводится в форме тестирования, выполнения самостоятельных заданий: мини-проектов, презентаций, творческих работ, рефератов, сообщений. Итоговый контроль - в форме дифференцированного зачета.

2. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- з- услуги розничной торговли, их классификацию и качество;
- з- виды розничной торговой сети и их характеристику;
- з- типизацию и специализацию розничной торговой сети;
- з- особенности технологических планировок организаций торговли;
- з- основы маркетинговой деятельности и менеджмента в торговле;
- з- основы товароснабжения в торговле;
- з- основные виды тары и тароматериалов, особенности тарооборота;
- з- технологию приемки, хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки;
- з- правила торгового обслуживания и торговли товарами;
- з- требования к обслуживающему персоналу.
- з- нормативную документацию по защите прав потребителей

Уметь:

- у- устанавливать вид и тип организации торговли по идентифицирующим признакам;
- у- определять критерии конкурентоспособности на основе покупательского спроса;
- у- применять правила торгового обслуживания и правила торговли в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть общими и профессиональными компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

ОК 4. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.

ПК 1.4. Осуществлять контроль за сохранностью товарно-материальных ценностей.

ПК 2.1. Осуществлять приемку товаров и контроль за наличием необходимых сопроводительных документов на поступившие товары.

ПК 2.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку.

ПК 2.3. Обслуживать покупателей, консультировать их о пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах отдельных продовольственных товаров.

ПК 2.5. Соблюдать условия хранения, сроки годности, сроки хранения и сроки реализации продаваемых продуктов.

ПК.3.4. Оформлять документы по кассовым операциям.

3. Предметом оценки освоения дисциплины являются умения и знания.

	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
У1	Умения: устанавливать вид и тип организации торговли по идентифицирующим признакам	- устная проверка
У2	определять критерии конкурентоспособности на основе покупательского спроса;	- письменная проверка
У3	применять правила торгового обслуживания и правила торговли в профессиональной деятельности.	- устная проверка
З1	Знания: услуги розничной торговли, их классификацию и качество;	- устная проверка; - подготовка сообщений. - тестирование.
З2	виды розничной торговой сети и их характеристику;	- устная проверка - подготовка сообщений. - тестирование
З.3	типизацию и специализацию розничной торговой сети;	- устная проверка - тестирование
З.4	особенности технологических планировок организаций торговли;	
	особенности технологических планировок	

3.5	организаций торговли;	устная проверка; - тестирование.
3.6	основы маркетинговой деятельности и менеджмента в торговле;	устная проверка; - подготовка сообщений. - тестирование.
3.7	основы товароснабжения в торговле;	устная проверка; - подготовка сообщений. - тестирование.
3.8	основные виды тары и тароматериалов, особенности тарооборота;	устная проверка; - подготовка сообщений.
3.9	технологии приемки, хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки;	устная проверка; - подготовка сообщений
3.10	правила торгового обслуживания и торговли товарами;	устная проверка; - подготовка сообщений
3.11	требования к обслуживающему персоналу.	устная проверка;
3.12	нормативную документацию по защите прав потребителей	устная проверка; - подготовка сообщений

4. Кодификатор контрольных заданий.

Функциональный признак оценочного средства (тип контрольного задания)	Форма контроля	Код контрольного задания
Тест	Тестирование, текущий контроль	1
Решение задач и проблемных ситуаций	Письменное задание	2
Подготовка докладов	Самостоятельная работа (доклад)	3
Устная проверка	Устный опрос	4
Письменное задание	Письменная проверка (контрольная работа)	5
Задание для подготовки сообщений	Самостоятельная работа	6

Формы контроля

Наименование разделов и тем	Форма контроля	Осваиваемые элементы компетенций
Тема 1. Общие сведения о розничной торговой сети	1,2,4	ОК 1 - ОК 6 ПК 1.4. ПК 2.1. - 2.3. ПК 2.5.

		ПК 3.4.
Тема 2. Методы и организация розничной торговли	1,2,4	ОК 1 - ОК 6 ПК 1.4. ПК 2.1. - 2.3. ПК 2.5. ПК 3.4.
Тема 3. Торговые процессы и технологии	1,2,4	ОК 1 - ОК 6 ПК 1.4. ПК 2.1. - 2.3. ПК 2.5. ПК 3.4.

5.Комплект оценочных средств

5.1 Задания для проведения тестового опроса по темам:

2. Формы контроля и итоговой аттестации. Контроль знаний обучающихся проводится в форме текущей и итоговой аттестации. Текущая аттестация обучающихся – оценка знаний и умений проводится постоянно с помощью контрольных работ, на практических занятиях, по результатам самостоятельной работы обучающихся. Итоговая аттестация обучающихся по учебной дисциплине проводится в форме дифференцированного зачета.

2.1. Распределение типов и количества контрольных заданий.

Таблица 1

Содержание учебного материала по программе учебной дисциплины

Тип контрольного задания

Тема 1.1. Общие сведения о розничной торговой сети. Контрольная работа №1

Тема 1.2 Методы организации розничной торговли. Контрольная работа №2

Тема 1.3. Торговые процессы и технологии. Контрольная работа №3

3. Комплект контрольно –измерительных материалов

3.1. Задания для проведения текущего контроля

1.1. Общие сведения о розничной торговой сети.

Вариант 1

Выберите букву или буквы, соответствующие варианту правильных ответов

1. Магазин – это:

- А) легко возводимая сборно – разборная конструкция, оснащенная прилавком. не имеющая торгового зала, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест продавца, на площади которых размещен товарный запас на один день торговли
- Б) специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям
- В) оснащенное торговым оборудованием строение без торгового зала. рассчитанное на одно рабочее место продавца, на площади которого размещается товарный запас.

2. Универмаг – это:

- А) магазин, реализующий продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары частого спроса преимущественно методом самообслуживания, торговой площадью от 400 кв.м
- Б) магазин с индивидуальным обслуживанием через прилавок, реализующий продовольственные товары универсального ассортимента, торговой площадью от 400 кв.м.
- В) магазин, имеющий торговую площадь при размещении в городах от 3500 кв.м(в сельской местности – от 650 кв.м) предлагающий универсальный ассортимент непродовольственных товаров и использующий различные методы торгового обслуживания

3. Киоск – это:

- А) легко возводимая сборно – разборная конструкция, оснащенная прилавком. не имеющая торгового зала, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест продавца, на площади которых размещен товарный запас на один день торговли
- Б) строение на площади которого хранится товарный запас, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, на площади которых хранится товарный запас.
- В) устаревшее понятие

4. Торговый центр – это:

А) отдельно стоящий магазин с универсальным ассортиментом товаров

Б) несколько близко расположенных магазинов с комбинированным ассортиментом товаров

В) крупный универсальный магазин

5. Чем отличается торговое объединение от торговой сети?

А) в торговом объединении большее число предприятий

Б) в торговой сети магазины сохраняют самостоятельность и права юридического лица

В) в торговом объединении магазины сохраняют самостоятельность и права юридического лица

6. Укажите к каким видам площадей относится кафетерий для обслуживания покупателей?

А) к торговым Б) к административно – бытовым В) к подсобным

7. Где целесообразно располагать единственную систему «вход – выход» в магазине прямоугольной формы, работающем по методу самообслуживания? А) с фасадной стороны слева Б) с фасадной стороны справа В) с фасадной стороны в центре стороны в центре

Обведите кружком вариант ответа «да» или «нет», который вы считаете правильным.

8. Относится ли палатка к нестационарной торговой сети?

да

нет

Вставьте пропущенные слова

9. Основными являются следующие виды торговой сети:

1) стационарная 2) _____ 3) _____

10. Установите соответствие между объектами и их определениями.

1. Специализированные магазины

2. Узкоспециализированные магазины

А) « Для лыжного спорта», « Детское питание» Б) «Рыба», «Мясо», «Ткани»

Итого

Количество баллов

ответы

Выберите букву или буквы, соответствующие варианту правильных ответов

Вариант 2

1 Палатка – это:

А) легко возводимая сборно – разборная конструкция, оснащенная прилавком. не имеющая торгового зала, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест продавца, на площади которых размещен товарный запас на один день торговли

Б) специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям

В) оснащенное торговым оборудованием строение без торгового зала. рассчитанное на одно рабочее место продавца, на площади которого размещается товарный запас.

2

1 Гастроном – это:

А) магазин, реализующий продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары частого спроса преимущественно методом самообслуживания, торговой площадью от 400 кв.м

Б) магазин с индивидуальным обслуживанием через прилавок, реализующий продовольственные товары универсального ассортимента, торговой площадью от 400 кв.м.

В) магазин, имеющий торговую площадь при размещении в городах от 3500 кв.м(в сельской местности – от 650 кв.м) предлагающий универсальный ассортимент непродовольственных товаров и использующий различные методы торгового обслуживания

3

1 Ларек – это:

А) легко возводимая сборно – разборная конструкция, оснащенная прилавком. не имеющая торгового зала, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест продавца, на площади которых размещен товарный запас на один день торговли

Б) строение на площади которого хранится товарный запас, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, на площади которых хранится товарный запас.

В) устаревшее понятие

4

2 Торговая сеть – это:

- А) территория административного района, города, на которой размещаются торговые предприятия
- Б) совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории
- В) совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением

5. Укажите возможные отличия торгового дома от дома торговли:

- А) это одно и то же
- Б) торговый занимается только розничной торговлей
- В) торговый дом занимается торговлей и внешнеэкономической деятельностью

6. Какой наиболее целесообразный способ расстановки оборудования в магазине типа мини- маркет:

- А) свободная планировка
- Б) продольная решетка
- В) смешанная решетка

7. Боксовая планировка представляет собой:

- А) размещение оборудования параллельными рядами вдоль стен, направляющих потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются параллельно входящему в зал покупательскому потоку
- Б) расстановку оборудования в виде обособленных отделов и секций
- В) размещение товаров и оборудования вокруг рабочих мест продавцов.

Обведите кружком вариант ответа «да» или «нет», который вы считаете правильным.

8. Относится ли магазин к стационарной торговой сети?

- да
- нет

Вставьте пропущенные слова

9. Основными признаками, характеризующими форматы торговых предприятий являются:
1) торговая площадь 2) _____ 3) _____

10. Установите соответствие между объектами и их определениями

1. Неспециализированные магазины.

2. Универсальные магазины А) « Дом торговли», комиссионный магазин Б) магазин – склад, гастроном

Ключ к заданиям.

Контрольная работа № 1

Вариант 1.

1 – б

2 – в

3 – б

4 – б

5 – в

6 – а

7 – б

8 – нет

9 – нестационарная, посылочная

10 – 1.б

2.а

Вариант 2.

1 – а

2 – б

3 – г

4 – б, в

5 – в

6 – в

7 – б

8 – да

9 – ассортимент товаров, метод продажи товаров

10 – 1.а2.б

Тема 2. Методы и организация розничной торговли

Тест Маркетинг в торговле.

1. Создание новых товаров целесообразно осуществлять:

- Если соцопросы потребителей гласят о такой необходимости
- + Если есть технология, способная повысить его качество
- Если это оправдано прогнозными экономическими расчетами

2. Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:

- Обоснования гипотез и построения причинно-следственных связей
- Описания конкретной маркетинговой ситуации
- + Собрать необходимую первичную информацию, которая окажется полезной для дальнейшей проверки гипотез и более точного формулирования проблем

3. Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является:

- + Кризис сбыта
- Расширение товарного ассортимента
- Развитие производства

4. Округление цен относится к:

- Стратегиям роста прибыли
- + Методам ценообразования
- Стратегическим приемам ценообразования

5. Конечной целью маркетинга является:

- Сбыт продукции по наиболее выгодным ценам
- Полное удовлетворение потребностей людей
- + Обеспечение прибыли предприятию при наиболее полном удовлетворении потребностей людей

Тест - 6. Товар в маркетинге – это:

- + Предметы или услуги, способные удовлетворить потребности людей, и реализуемые через товарный рынок
- Предметы или изделия, реализуемые определенной целевой аудитории
- Все то, что представлено на рынке на продажу

7. Стратегия маркетинга – это:

- Долгосрочный план сбыта товаров
- Определение целесообразности выпуска того или иного товара в долгосрочной

перспективе

+ Приведение внутренней и внешней среды предприятия в соответствие с рыночной ситуацией

8. Макросреда маркетинга обусловлена:

- Мировой ситуацией на рынке сырья и трудовых ресурсов

+ Экономико-политической ситуацией, состоянием культуры, экологии, демографии, права, развитием науки и техники

- Предпочтениями потребителей в конкретный период времени

9. Объектами маркетинга являются:

+ Производители, поставщики и конечные потребители товаров

- Товары, изделия и услуги

- Связи, возникающие между производителями, поставщиками и конечными потребителями товаров в ходе их жизненного цикла

10. Что из перечисленного изучает маркетинг?

+ Конъюнктуру определенного рынка в соответствии с запросами потребителей

- Формирование отпускной цены на товары

- Движение трудовых ресурсов

11. Организационный маркетинг - это:

- Раздел дисциплины «маркетинг», изучающий организацию производственных процессов товаров и изделий

- Способ координирования работы отделов и структурных подразделений предприятия, которые ответственны за выпуск товаров

+ Тип поведения предприятия во внешней среде, учитывающий требования контрагентов

12. Товарная политика в маркетинге - это:

+ Комплекс правил, норм и законов субъекта маркетинга, которые он использует в отношении предлагаемых им на рынке товаров

- Определение номенклатуры и необходимого количества товаров

- Установление цен на предлагаемые товары

13. Элементы микросреды маркетинга:

- Являются основополагающими факторами при установлении цены на товар

- Не подлежат контролю со стороны предприятия

+ Представляют собой те факторы и явления в окружении предприятия, которые оно может контролировать

14. Маркетинг начинается с:

+ Выяснения потребностей людей

- Определения объемов производства

- Планирования стратегии сбыта товаров

Тест - 15. Концепция маркетинга – это ответ на вопрос:

- По какой цене потребители готовы приобрести товар?
- Сколько товаров определенного вида нужно конкретному потребителю?
- + Что нужно потребителям?

16. Что относится к элементам микросреды маркетинга?

- + Взаимоотношения предприятия с поставщиками, посредниками, клиентами, а также конкурентами
- Взаимоотношения предприятия с государством
- Взаимоотношения предприятия с налоговыми органами

17. К инструментам маркетинга относятся:

- Приемы продвижения и выгодной реализации товаров
- Методы изучения вкусов потребителей
- + Способы, приемы и методы, которые обеспечивают информацией маркетинговые исследования

18. Целями концепции социально-этичного маркетинга являются:

- + Учет интересов и разумных потребностей потребителей, предприятия и общества в целом, а также защита окружающей среды
- Создание максимально возможного количества рабочих мест, установление цен с минимальной надбавкой
- Создание социально-ориентированных товаров, защита окружающей среды

19. Достоинством функциональной структуры управления маркетингом является:

- Четкое распределение обязанностей каждого участника цикла производства товара
- Возможность точно рассчитать будущую прибыль
- + Простота организации и эффективность при небольшой номенклатуре выпускаемых товаров

20. Потребность – это в маркетинге:

- Желание потребителя обзавестись тем или иным товаром
- + Специфический способ удовлетворения нужды, который соответствует уровню культурного развития индивида
- Объективная необходимость в чем-либо, определяющая качество жизни потребителя

21. Качество товара в маркетинге - это:

- + Определенные функциональные характеристики товара в совокупности, наличие которых признано потребителями обязательным
- Способность товара в полной мере удовлетворить потребности потребителей
- Соответствие товара регламентам и техническим условиям

22 - Тест. Что такое окружающая среда маркетинга?

- Политические, экономические и правовые условия, в которых функционирует предприятие
- + Совокупность субъектов и факторов, которые действуют как внутри предприятия, так и

за его пределами, и влияющих на налаживание и поддержание взаимовыгодного сотрудничества

- Поставщики материалов и сырья для производства товаров

23. Основными формами коммуникаций в маркетинге являются:

+ Прямые продажи, реклама, PR, стимулирование сбыта

- Установление скидок, реклама

- Реклама, организация распродаж, прямые продажи

24. Основой комплекса маркетинга является:

- Потребители товаров

+ Модель 4P

- Экономическая ситуация

25. Оперативное планирование маркетинга включает:

+ Составление текущих производственных программ, формирование бюджета и прибыли

- Определение норм выпуска товаров каждого вида

- Расчет номинальной отпускной цены товара

26. В чем сущность концепции маркетинга?

- Товары следует реализовывать лишь по такой цене, которая даст хотя бы 10% рентабельности

- Мода и потребительские предпочтения – это первое, на что следует ориентироваться производителю

+ Ведение бизнеса следует организовывать так, чтобы удовлетворить потребности клиента

27. Маркетинг можно определить как:

+ Особый вид деятельности, который направлен на извлечение прибыли за счет удовлетворения потребностей

- Управление затратами

- Изучение предпочтений и моды

28. Сбыт в маркетинге – это:

- Деятельность по реализации товаров

- Совокупность приемов продвижения и реализации товаров

+ Цикл операций от момента, когда товар покинул производственный цех до передачи его конечному потребителю

29. Сегментация – это в маркетинге:

+ Разбивка покупателей на группы по определенному признаку

- Наиболее рациональная схема реализации товара

- Определение географически выгодного места для реализации товара

Тест на тему: Менеджмент в торговле.

1. Разновидность науки управления.
2. Группа руководителей.
3. Разновидность управленческой деятельности.
4. Это отношение, складывается в процессе управленческой деятельности.
- + 5. Совокупность принципов, методов, форм и средств управления, особый вид деятельности, связанный с руководством людьми, умелым использованием их труда и знаний.

2. Задачами менеджмента являются:

1. Тактическая.
2. Стратегическая
3. Оперативная
- + 4. Поддержание устойчивости фирмы и всех ее элементов и ее развитие.
5. Контроль результатов деятельности и внесение коррективов.

3. Функции менеджмента – это ...

1. Виды управленческой деятельности, которые обеспечивают формирование управленческого влияния.
- + 2. Отдельные виды управленческой деятельности, которые увеличивают эффективность руководства.
3. Отдельные управленческие процессы, направленные на увеличение продуктивности труда подчиненных.

4. Функции менеджмента

1. Инновационный менеджмент.
2. Оптимальное сочетание централизованного регулирования и самоуправления.
- + 3. Организация, планирование, контроль, мотивация.
4. Перевод фирмы в качественно новое состояние.
5. Целенаправленность.

5. Процесс менеджменту – это ...

1. Последовательное выполнение функций менеджмента, конкретно: планирование, организация, мотивация, контроль и регулирование.
2. Последовательность определенных оконченных этапов, выполнение которых способствует обеспечению: управленческого влияния руководящей системы на руководимую для достижения целей организации.
3. Последовательное выполнение функций и методов менеджмента.
- + 4. Правильные ответы 1 и 3.

6. Выберите понятие, относящиеся к принципам менеджмента.

- + 1. Единоначалия и коллегиальность.
2. Организация.
3. Достижение цели.

4. Планирование.

7. Среди условий, что перечислены ниже, выберите такие, которые определяют успех организации.

1. Наличие формальных и неформальных организаций.
2. Выход на внешний рынок.
3. Способность к выживанию, результативности, практической реализации.
- + 4. Наличие современных технологий.

8. В чем состоит основное отличие формальных и неформальных организаций.

1. В количестве членов организаций.
2. В контактах с внешней средой.
- + 3. В способе возникновения.
4. В связях между членами организации.

9. Организация – это:

1. Группа людей, которые владеют определенными ресурсами.
- + 2. Группа людей, которые владеют определенными ресурсами, имеют общее руководство и общие цели.
3. Группа людей, деятельность которых сознательно, направленно или спонтанно координируется для достижения определенной цели.
4. Группа лиц, которые имеют общее руководство.

10. Какие из нижеприведенных понятий относятся к целям по содержанию.

1. Долгосрочные.
2. Общие.
3. Территориальные.
- + 4. Экономические

11. Выберите правильные ответы:

1. Организация	А – процесс установления пропорций и согласование действий в системе управления.
2. Мотивация	Б – процесс приобщения рабочих до высокопроизводительности труда.
3. Координация	В – процесс формирования структуры управления и создания определенного порядка в работе.
4. Контроль	Г – система наблюдения и проверки функционирования предприятия.

1-В; 2-Б; 3-А; 4-Г

12. Функция организации базируется на таких категориях:

1. Полномочие, ответственность, стимулирование, делегирование.
2. Полномочие, ответственность.
- + 3. Полномочие, ответственность, делегирование.

13. Полномочия – это:

+ 1. Возложена на должностное лицо обязанность выполнять постановленные задания и обеспечивать их позитивное решение.

2. Ограниченное право использовать ресурсы предупреждения и направлять усилия подчиненных на выполнения задания.

3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

14. Ответственность – это:

1. Возложенная на должностное лицо обязанность выполнить поставленные задачи, обеспечить их позитивное решение.

+ 2. Ограничения права использовать ресурсы предприятия и направлять усилия подчиненных на выполнение задания.

3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

15. Делегирование – это:

1. Возложенная на должностное лицо обязанность выполнить поставленные задачи, обеспечить их позитивное решение.

2. Ограничения права использовать ресурсы предприятия и направлять усилия подчиненных на выполнение задания.

+ 3. Передача заданий и полномочий лицу, что берет на себя ответственность за их выполнение.

17. Управленческое решение это:

1. Формы влияния на исполнителей.

2. Организационный инструмент в руках работников управления.

+ 3. Творческая деятельность по анализу проблемной ситуации, выбор средств от разрешения.

4. Разрешение.

18. Дайте определение понятий:

1. Власть	А – поведение руководителя, что меняет отношение подчиненных к нему.
2. Влияние	Б – способность вести за собой.
3. Лидерство	В – способность и возможность менеджера влиять на деятельность и поведение рабочих.
4. Обычаи	Г – общепринятые повторяющиеся социальные действия, что становятся обычными.

1 – В; 2 – А; 3 – Б; 4 – Г.

Тест № 19. Какие качества должны быть присущи менеджеру?

1. Знание по специальности.

+ 2. Практичность ума.

3. Спонсорство.
4. Любовь к чтению художественной литературы.

20. Что Вы понимаете под словом «группа».

1. Количество людей, едущих в одном автобусе.
2. Личности, имеющие одинаковые наклонности к какому-то процессу.
- + 3. Две и больше личности, что взаимодействуют одна с одной.
4. Четко определенное количество людей.

21. Кто такой формальный лидер:

1. Один из членов группы, что владеет силой личного влияния на других.
- + 2. Руководитель коллектива, который пользуется данной ему служебной властью.
3. Целеустремленный менеджер.
4. Главный специалист.

22. Группы работников делят на такие категории:

- + 1. Формальные и неформальные.
2. Простые и сложные.
3. Открытые и закрытые.

23. Отметьте какие из нижеперечисленных предложений не являются признаками коллектива.

1. Наличие непосредственных производственных связей.
- + 2. Наличие высокой активности.
3. Психологический климат.
4. Общность целей и задач.

24. Назовите причины конфликтов:

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

25. Путь разрешения конфликтов:

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

26. Стресс – это:

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

27. Руководитель авторитарного стиля руководства:

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

28 - Тест. Руководитель демократического стиля руководства.

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

29. Технология принятия управленческих решений в порядке их разрешения.

- + 1. Одобрение.
- + 2. Реализация.
- + 3. Подготовка.

30. Что относится к методам принятия управленческих решений:

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

Вариант 1

1. На процесс товародвижения влияют следующие факторы:

- 1. Производственные и транспортные.
- 2. Степень сложности ассортимента товаров и физико-химические свойства товаров.
- 3. Социально-экономические факторы (денежные доходы, численность, половозрастной и национальный состав населения) и профессиональная подготовка населения.
- 4. Все вышеназванные факторы

2. Транзитная форма товародвижения подразумевает поступление в розничную торговую сеть товаров:

- 1. От предприятий промышленности (прямой канал).
- 2. Со склада оптового предприятия.
- 3. От производственных предприятий или через одно складское звено оптового предприятия.
- 4. Прошедших через одно или несколько оптовых звеньев.

3. Назовите типы торговых посредников, выступающих в каналах распределения от своего имени:

- 1. Дилер, дистрибьютор.
- 2. Дилер, консигнатор.
- 3. Дистрибьютор, агент, брокер.
- 4. Комиссионер, агент, брокер

4. Под оптовой торговлей понимается:

- 1. Продажа товаров для личного потребления или домашнего использования.

2. Деятельность по продаже товаров розничным торговцам, промышленным, коммерческим, профессиональным пользователям или другим оптовым торговцам.

3. Продажа товаров другим оптовым или розничным торговцам.

4. Продажа товаров для личного потребления или домашнего использования, другим оптовым или розничным торговцам.

5. Перечислить оптовые структуры, имеющие место на Российском рынке.

1. Организаторы оптового оборота, не работающие с товаром, но оказывающие услуги по организации оптового оборота.

2. Предприятия оптовой торговли, осуществляющие полный комплект закупочно-сбытовых операций с переходом права собственности к оптовому звену.

3. Оптовые посреднические структуры, не использующие в своей деятельности, как правило, перехода к ним права собственности на товар.

4. Все вышеперечисленные.

1. 6. Классификации оптовых предприятий по товарной специализации: 1. Универсальные, специализированные.

2. Выходные, торгово-закупочные, торговые.

3. Федеральные, межобластные, областные, межрайонные, районные, городские.

4. Государственные, муниципальные, кооперативные, акционерные, частные, ведомственные.

7. Обязанности получателя при обнаружении в ходе приемки несоответствия качества продукции требованиям нормативно-технической документации.

1. Составить акт за подписями лиц, производивших приемку продукции, вызвать представителя отправителя.

2. Приостановить дальнейшую приемку, обеспечить сохранность продукции, принять меры к предотвращению ее смешения с другой однородной продукцией, вызвать представителя отправителя.

3. Вызвать представителя отправителя, подать заявление в органы внутренних дел для проведения расследования.

4. Приостановить приемку продукции, в которой обнаружены несоответствия, составить акт, вызвать представителя отправителя, продолжить приемку остальной части продукции

8. Под упаковкой следует понимать:

1. Средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции.

2. Средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, окружающей среды.

3. Средство или комплекс средств, обеспечивающих процесс обращения.

4. Средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, окружающей среды, загрязнений, а так же обеспечивающих процесс обращения.

9. Основные функции тары и упаковки:

1. Хранение и защита товаров, информативность и эстетичность.
2. Создание условий для механизации и автоматизации погрузочно-разгрузочных работ.
3. Средство для выкладки и размещения в торговом зале.
4. Все вышеперечисленные функции.

10. Товароснабжение – это:

1. Процесс доведения товаров от предприятий изготовителей до предприятий оптовой торговли.
2. Система мероприятий, представляющая сложный комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли.
3. Деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением товаров от мест происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и выгодой для себя.
4. Сложный комплекс оперативно-торговой (коммерческой) и технологической деятельности розничных и оптовых предприятий.

11. Маршруты централизованной доставки:

1. Кольцевые.
 2. Маятниковые.
 3. Линейные.
 4. Кольцевые и линейные.
12. Централизованная доставка товаров в розничную сеть предусматривает:
1. Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами райпо.
 2. Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами поставщика.
 3. Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами самих розничных предприятий.

13. На какие площади или зоны делится торговый зал:

1. Установочную, площадь зоны расчетного узла.
2. Установочную, проходов для покупателей, рабочих мест продавцов, площадь зоны расчетного узла.
3. Проходов для покупателей, рабочих мест продавцов.
4. Проходов для покупателей, рабочих мест продавцов, площадь зоны расчетного узла.

14. Торговое помещение магазина – это:

1. Часть помещения магазина, включающая торговый зал и помещения для оказания услуг.
2. Специально оборудованная часть помещения магазина, предназначенная для приема, хранения и подготовки товара к продаже.
3. Часть помещения магазина, предназначенная для размещения технических служб и/или выполнения работ по техническому обслуживанию рабочих мест, технологического и механического оборудования.
4. Площадь торговых помещений магазина.

15. Считается, что наиболее приемлемые показатели коэффициентов установочной и демонстрационной площади торгового зала соответственно

1. 0,45 – 0,50 и 0,80 – 0,90.
2. 0,27 – 0,3 и 0,70 – 0,75.
3. 0,70 – 0,75 и 0,27 – 0,30.
4. 0,50 и 0,80.

16. Права покупателя при продаже ему товара ненадлежащего качества.

1. Безвозмездное устранение недостатков.
2. Соразмерное уменьшение покупной цены.
3. Замена на товар аналогичной или другой марки, расторжение договора и возврат денег.
4. Все вышеперечисленные права

17. Гарантийный срок товара и срок службы для сезонных товаров исчисляется:

1. С даты производства сезонного товара.
2. Согласно договора купли-продажи.
3. С момента покупки сезонного товара.
4. С момента наступления соответствующего сезона

18. Сроки для замены товара ненадлежащего качества со дня предъявления такого требования

1. Замена производится в 7-дневный срок со дня предъявления требований потребителя.
2. В 20-дневный срок, если требуется дополнительная проверка качества.
3. В течение месяца, если товар для обмена отсутствует или по договору с покупателем.
4. Все вышеперечисленные сроки.

19. Срок годности выполняет следующие функции:

1. Выполняет роль гарантийного срока, аналогичен ему.
2. Устанавливает возможность предъявления претензий в течение срока годности.
3. Устанавливает срок использования товара.
4. Запрещает продажу товара при истечении срока годности

20. С какого дня исчисляется гарантийный срок на приобретенные у продавца (изготовителя) товары?

1. Со дня продажи товара.
2. Со дня изготовления товара.
3. В соответствии с договором между продавцом и покупателем.
4. Либо со дня продажи, если иное не предусмотрено договором, либо со дня изготовления товара, если день передачи установить невозможно.

Вариант 2

1. Существуют следующие формы товародвижения:

1. Транзитные и централизованные.
2. Складские и децентрализованные.
3. Централизованные и децентрализованные.
4. Транзитные и складские.

2. Назовите типы посредников в каналах распределения, действующих от своего имени и за

свой счет.

1. Дилеры.
2. Комиссионеры, консигнаторы.
3. Дистрибьюторы.
4. Агенты, брокеры

3. Концептуальные основы формирования инфраструктуры оптовой торговли предусматривают наличие следующих основных типов оптовых организаций

1. Оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба, оптовые предприятия областного значения, оптовые предприятия местного (районного) значения.
2. Оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба, оптовые предприятия регионального масштаба.
3. Оптовые предприятия регионального масштаба.

4. Оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба, оптовые предприятия областного значения, оптовые предприятия регионального масштаба, оптовые предприятия местного (районного) значения.

4. Назовите известные Вам признаки классификации товарных складов.

1. По месторасположению в процессе товародвижения, по характеру выполняемых функций, по ассортименту хранимых товаров, по режимам хранения.
2. По степени механизации технологических процессов, по особенностям технического устройства.
3. По этажности, наличию транспортных путей, организационным формам управления.

4. Все вышеперечисленное.

5. По характеру выполняемых функций склады делятся на:
<ol style="list-style-type: none">1. Универсальные, специализированные, смешанные.2. Автоматизированные, с комплексной механизацией, с применением средств механизации3. Подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного и долгосрочного назначения4. Общетоварные и специальные.
6. Товароснабжение розничных торговых предприятий основывается на принципах:
<ol style="list-style-type: none">1. Плановости, ритмичности, оперативности.2. Экономичности, централизации.3. Ритмичности, технологичности.4. Плановости, ритмичности, оперативности, экономичности, централизации, технологичности
7. Методы доставки товаров в магазины и другие пункты:
<ol style="list-style-type: none">1. Линейные и кольцевые.2. Централизованные и децентрализованные.3. Линейные и централизованные.4. Децентрализованные и маятниковые.
8. Децентрализованная доставка товаров в розничную сеть предусматривает:
<ol style="list-style-type: none">1. Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами посредника.2. Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами поставщика.3. Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами.4. Доставку товаров в розничные предприятия силами и средствами самих

розничных предприятий.

<p>9. Каким требованиям должны отвечать здания и сооружения, в которых размещают магазины:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Архитектурно-строительным, эксплуатационным.2. Технологическим, экономическим, санитарно-гигиеническим, эксплуатационным.3. Технологическим, архитектурно-строительным, санитарно-гигиеническим, эстетическим.4. Технологическим, архитектурно-строительным, экономическим, санитарно-гигиеническим.
<p>10. Экспозиционная площадь магазина – это:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Суммарная площадь горизонтальных, вертикальных и наклонных плоскостей торгового зала, используемого для показа и демонстрации товара в торговом зале.2. Часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей.3. Площадь торговых помещений магазина.4. Часть помещения магазина для размещения вспомогательных служб и выполнения работ технологического процесса.
<p>11. Условия обмена непродовольственных товаров надлежащего качества на аналогичный товар:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Если товар куплен в данном магазине и это подтверждается товарным или кассовым чеком.2. Если товар не был в употреблении, сохранен его товарный вид, потребительские свойства, ярлыки.3. В течение 14 дней, не считая дня покупки.4. Все вышеперечисленные условия.
<p>12. Основным документом при перевозке товаров автомобильным транспортом является:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Железнодорожная транспортная накладная.2. Товарно-транспортная накладная.3. Коносамент.4. Счёт-фактура.
<p>13. Определите технологические функции предприятий оптовой торговли:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Приёмка товаров по количеству и качеству; хранение товаров.2. Подготовка товаров к продаже; размещение и выкладка товаров.3. Продажа товаров.4. Все вышеуказанные.
<p>14. Розничная торговля – это:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Процесс обращения объектов собственности посредством возмездных договоров.2. Вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.3. Торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием.4. Вид предпринимательской деятельности, связанной с куплей-продажей и оказанием услуг покупателям.
<p>15. Система мероприятий, направленных на отбор рациональных типов магазинов, которые являются экономически эффективными и обеспечивают высокое качество обслуживания населения, – это:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Типизация.2. Специализация.3. Унификация.4. Сертификация.
<p>16. Услуга торговли – это:</p>

1. Деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленная на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения товара и/или услуги.
 2. Результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.
 3. Любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой.
17. К методам продажи товаров относят:
1. Самообслуживание; через торговые автоматы.
 2. Через прилавок обслуживания.
 3. По образцам; с открытой выкладкой.
 4. Все вышеуказанные.
18. Определите технологические функции предприятий розничной торговли:
1. Приёмка товаров по количеству и качеству; хранение товаров.
 2. Подготовка товаров к продаже; внутримагазинное перемещение, размещение и выкладка товаров на торговом оборудовании в торговом зале.
 3. Выполнение расчётов с покупателями.
 4. Все вышеуказанные.
19. Методы стимулирования продажи товаров, применяемые в магазине – это:
1. Продажа товаров со скидкой; продажа товаров по сниженным ценам.
 2. Сэмплинг.
 3. Дегустация товаров.
 4. Все вышеуказанные.
20. Магазин – это:
1. Оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанное на одно рабочее место продавца, на площади которого хранится товарный запас.
 2. Оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещения для хранения товарного запаса, рассчитанное на одно или несколько рабочих мест.
 3. Стационарный торговый объект, предназначенный для продажи товаров и оказания услуг покупателям, в составе которого имеется торговый зал или торговые залы, подсобные, административно-бытовые помещения и складские помещения.
 4. Распределение товаров на площади торгового зала в соответствии с планом помещения.

Ответы на тестовые вопросы

Вариант 1

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

Вариант 2

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

Тема 3. Торговые процессы и технологии.

Тест

по теме «Приемка товаров»

1. Кем должна проводиться приемка товаров в магазине?

- а) лицами, на которых возложена материальная ответственность;
- б) товароведом;
- в) любыми работниками магазина.

2. Приемке и оприходованию подлежат:

- +а) только доброкачественные товары;
- +б) только товары, имеющие сертификаты соответствия;
- +в) только доброкачественные товары, отвечающие требованиям ГОСТ и ТУ.

3. В магазине товар принимают :

- а) по количеству;
- б) по качеству;
- +в) по количеству и качеству.

4. Приемку товаров можно условно разделить на:

- а) один этап;
- +б) два этапа;
- в) три этапа.

5. Приемка товаров по количеству товарных мест, массе брутто, а если продукция не затарена – по количеству товарных единиц и массе нетто – это:

- +а) первый этап приемки товаров по количеству;
- б) второй этап приемки товаров по количеству;
- в) третий этап приемки товаров по количеству.

6. Скоропортящиеся товары по качеству при иногородней поставке принимают в течение :

- а) 10 дней с момента их получения;
- б) 48 часов с момента их получения;
- +в) 24 часов с момента их получения.

7. Какие сведения не содержит акт о приемке товаров по качеству?

- а) наименование и адрес изготовителя;
- б) гарантийные сроки хранения товаров, условия хранения, транспортировки;
- +в) состояние тары и упаковки.

8. Особенности приемки отдельных продовольственных товаров предусматриваются:

- +а) стандартами, ТУ;
- +б) договорами, особыми условиями поставки;
- +в) правилами розничной торговли.

9. При приемке мяса и мясопродуктов на обороте накладной должны:

- +а) стоять штамп с указанием даты выработки;
- +б) указаны сроки продажи и подпись ветеринарного врача;
- +в) ветеринарное клеймо.

10. Выборочная приемка товаров с распространением на всю партию допускается, если об этом указано:

- +а) в стандартах, технических условиях;
- б) основных и особых условиях поставки;
- в) в товарно-транспортной накладной.

Тест
по теме «Хранение товаров»

1. Товарные запасы, размещенные в помещениях для хранения товаров называются:

- а) постоянными запасами;
- +б) резервными запасами;
- в) дополнительными запасами.

2. По сохраняемости продовольственные товары подразделяются на:

- +а) особо скоропортящиеся, скоропортящиеся;
- б) нескоропортящиеся;
- в) быстроскоропортящиеся.

3. На сохранение качества товаров влияют:

- а) качество сырья, сроки хранения, условия хранения;
- +б) транспортирование, правила продажи, помещения для хранения;
- в) исходное качество товаров, упаковка, транспортирование, хранение.

4. Какое расфасованное сливочное масло при одних и тех же условиях хранения хранится дольше?

- а) упакованное в пергамент;
- б) упакованное в полиэтиленовую пленку;
- +в) упакованное в алюминиевую кашированную фольгу.

5. Условия хранения товаров определяются:

- +а) режимом хранения;
- б) размещением в хранилище;
- в) санитарным состоянием помещений для хранения.

6. Какими показателями характеризуется режим хранения?

- а) температурой, влажностью воздуха;
- б) чистотой воздуха, освещением, соблюдением товарного соседства;
- +в) температурой, освещением, соблюдением товарного соседства.

7. Относительная влажность воздуха - это

- а) условия способные затормозить биохимические и микробиологические процессы;
- б) резкие перепады температуры, при которых происходит конденсация воды на товарах;
- +в) отношение фактического содержания водяных паров в воздухе к тому количеству, которое необходимо для насыщения воздуха водяными парами при данной температуре.

8. При понижении температуры относительная влажность воздуха:

- +а) возрастает;

- б) уменьшается;
- в) не изменяется.

9. Какие способы применяют при укладке на хранение товаров в таре несколькими рядами в высоту:

- а) стопками, рядами, плотно уложенными в штабеля;
- б) прямым, обратным;
- +в) перекрестным.

10. Время, в течение которого товары должны быть реализованы – это:

- а) предельные сроки хранения;
- б) очередность реализации;
- +в) сроки реализации.

Итоговый контроль.

ОП «Организация и технология розничной торговли».

Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 1

1. Дать определение понятию «тара», рассказать о операциях с тарой в магазине, привести примеры их документального сопровождения.
2. Дать определение понятию «розничная торговля» рассказать о ее сущности, формах, задачах.
3. Оформить бланк документа «Накладная» по условию: магазин оптовой продажи «Парфюмерия», реализует для магазина «Светлана», через экспедитора Шилова Г.Н. Следующий товар: шампунь «Лето» - 100 штук по цене 180 рублей за 1 штуку; мыло детское 125 грамм в куске по цене 40 рублей 50 копеек за 1 штуку – 250 штук.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Билет № 2

1. Дать определение понятию «товаросопроводительные документы», рассказать о порядке приемки товаров в магазине по количеству.
2. Назвать органы управления и контроля в розничной торговле, дать характеристику их функциям.
3. Оформить бланк документа «Счет-фактура» по условию: база «Колесова» располагающаяся по ул. Ленина 60-а, имеющая расчетный счет № 007131861/01 в РКЦ г. Алексеевка реализовало магазину «Ника» по счету № 371 от 10 июня 2013 г. товар на сумму 183720 рублей (сумма НДС-33069; продажная цена составила 224432 рубля). Адрес и реквизиты плательщика: Магазин «Ника» ул. Перова – 234; его расчетный счет: 0074386454, банк открытого счета: ДАЛЬКОМБАНК. Оплата по счету производится за следующий товар: пальто д/с женское – 1 штука по цене 3674 рубля; костюм женский – 3 штуки по цене 1224 рубля за 1 штуку; платье женское - 4 штуки по цене 918 рублей за 1 штуку;

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красноружская ТП.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».

Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 3

1. Дать определение понятию «торгово-технологический процесс», перечислить задачи и формы торгово-технологического процесса.
2. Рассказать об особенностях приемки товаров: в закрытой, открытой таре, без тары.
3. Оформить бланк «Доверенность» по следующему условию: для приобретения товарно-материальных ценностей: ведра пластмассовые - 100 штук; таз для стирки - 120 штук; кашпо для цветов – 70 штук; подставка – сушка – 50 штук; набор дачной посуды - 15 штук. Магазином «Олис» расположенном по адресу: г. Днепр, ул. Бассейная-52, имеющего счет № 1234563 в РОСБАНКЕ, выписана доверенность на Иванову Марию Петровну, которая действительна при предъявлении паспорта серия 88 № 9999 выданного от 15.09.89 г. РОВД г. Ростова. Получение товара необходимо осуществить с базы «Хозторг» по счету № 57 от 20.05.2014г.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красноружская ТП.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».

Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 4

1. Рассказать о значимости и правилах организации хранения товаров в магазинах розничной торговой сети.

2. Перечислить типы предприятий розничной торговой сети, дать их характеристику.
3. Оформить бланк документа «Товарно-транспортная накладная» по условию: с базы «Овощная» расположенной по адресу г. Новый, ул. Зеленая-156, автотранспортом предприятия «Доставка», осуществляется транспортирование товара по договору №124, для магазина «Овощной» следующих товаров:
свекла – 250 килограмм по цене 50 рублей 50 копеек за 1 килограмм;
морковь – 150 килограмм по цене 45 рублей 80 копеек за 1 килограмм.
Датой оформления документа считать дату его выписки, лицом оформившим документ указать себя.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красноружская ТП.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».
Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 5

1. Рассказать о требованиях к устройству и планировке магазинов, указать ее значимость в торгово-технологическом процессе.
2. Рассказать об особенностях подготовки непродовольственных групп товаров к продаже, привести примеры товарных потерь.
3. Составить «Уведомление» о вызове представителя поставщика, по следующему условию: во время приемки товара в магазине «Ромашка», от базы «Кондитерка» были обнаружены порченные товары, что не соответствует требованиям качества указанным в «Сертификате качества» сопровождавшем данный товар, дальнейшая приемка, в результате чего была приостановлена на 3 дня (с учетом времени для прибытия поставщика). Уведомление составляется на администратора базы, поставившей товар находящейся по адресу г. Черёмушки, ул. Садовая-156, Норову Р.Р. Дата составления претензии 24.04.2014 г., лицом оформившим «Уведомление» указать себя, как заведующего магазином «Ромашка».

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красножурская ТП.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».

Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 6

1. Рассказать о специализации торговой сети, привести примеры направлений специализации.
2. Рассказать о предварительной сортировке продовольственных групп товаров, перед их подачей в торговый зал, привести примеры товарных потерь.
3. Оформить «Претензию» поставщику по следующему условию: во время приемки товара в магазине «Ромашка», от базы «Кондитерка» были обнаружены порченные товары, что не соответствует требованиям качества указанным в «Сертификате качества» сопровождавшем данный товар, общая сумма порченных товаров составляет 15000 тысяч рублей. «Претензия» составляется на администратора базы, поставившей товар находящейся по адресу г. Черёмушки, ул. Садовая-156, Норову Р.Р. Дата составления претензии 24.04.2014г. лицом оформившим «Претензию» считать себя, в должности администратора магазина «Ромашка».

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красножурская ТП.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».

Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 7

1. Дать определение понятию «товарные потери», рассказать о их видах, и мерах по их снижению.
2. Привести перечень обслуживающих рабочих в торговле, дать характеристику соответствия профессиональному назначению.
3. Оформить бланк документа «Акт о порче, бое, ломе товарно-материальных ценностей» по следующему условию: в магазине «Посуда для дома» в период инвентаризации

были обнаружены битые и бракованные товары следующего перечня:

1) Кружки керамические по цене за 1 штуку - 45 рублей в количестве 15 штук.

Акт составлен в составе комиссии: Кнопкина А.А, Ширкина А.А, Трушкина А.А. Материально ответственное лицо – заведующая складом Сделкина А.А. Укажите сумму определенной недостачи. Укажите, какое может быть решение администрации, согласно выше указанному условию.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красноружская Т.П.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».

Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 8

1. Дать определение понятию естественная убыль, рассказать о ее видах, нормативах принимаемых к учету в торговле.
2. Рассказать о сущности, содержании, и основных целях маркетинговой деятельности в торговле.
3. Оформить бланк «Ценник» по условию: для реализации в торговый зал поступил товар – конфеты шоколадные «Ассорти» произведенные кондитерской фабрикой «Красный октябрь» по цене 120 рублей за коробку. Количество килограмм в коробке по весу нетто – 450 грамм. Конфеты необходимо реализовать до 12.05.2014г., № Счет - фактуры 123. Лицом, оформившим ценник указать себя в должности продавца.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красноружская Т.П.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».
Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 9

1. Дать определение понятию «упаковка», рассказать о ее дизайне, задачах и функциях.
2. Рассказать о видах, способах и правилах выкладки товаров в торговом зале, требованиях к размещению.
3. Оформить бланк «Инвентаризационный ярлык» по условию: масло растительное «Олейна» 1 сорт, количество ящиков 10 штук, цена за 1 бутылку – 76 рублей 70 копеек, количество бутылок в ящике 40 штук. № Счет - фактуры 123. Лицом, оформившим бланк указать себя как представителя инвентаризационной комиссии. Датой считать дату оформления документа.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красноружская Т.П.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».

Билет № 10

1. Дать определение понятию «торговое обслуживание», рассказать о его системе, процессах, условиях и формах.
2. Назвать методы изучения покупательского спроса, дать их характеристику.
3. Оформить бланк документа «Заявка на завоз товара» по следующему условию: магазин «Светлячок» г.Мегулев, ул. Садовая-51, осуществляет заказ товаров у оптовой базы «Центральная» расположенной по адресу г.Мегулев ул. Дружбы 1. следующего перечня (с учетом заранее известных цен базы):
 - 1) Колбаса вареная «Деревенская» 10 килограмм, по цене 135 рублей 30 копеек за 1 килограмм;
 - 2) Масло сливочное «Крестьянское» 10 килограмм, по цене 80 рублей 10 копеек за 1 килограмм.
 - 3) Сыр «Сливочный» 10 килограмм, по цене 185 рублей 50 копеек за 1 килограмм.Дата составления заявки 24.04.2014 г., лицом оформившим «Заявку на завоз товаров» считать себя в должности заведующего магазином.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красноружская Т.П.

« ____ » _____ 20 ____ г.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

« ____ » _____ 20 ____ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».
Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 11

1. Дать определение понятию «методы продажи товаров», перечислить их виды, характеристику.
2. Дать определение понятию «реклама», указать ее виды, назначение, требования предъявляемые к ней.
3. Оформить бланк документа «Отчет по таре» по следующему условию: в магазин «Молоко» поступила продукция молокозавода «Дружба». В таре, которую необходимо вернуть поставщику, следующего вида: фляги емкостью 50 литров по цене – 150 рублей 30 копеек; фляги емкостью 100 литров по цене 300 рублей 50 копеек; ящики пластмассовые 15 штук, по цене – 50 рублей 80 копеек. Дата составления «Отчета по таре» 24.04.2014 г., лицом оформившим отчет, указать себя в должности кладовщика.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель _____
Красноружская Т.П. ____
«__» _____ 20__ г.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».
«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».

Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 12

1. Дать определение понятию «культура торгового обслуживания», рассказать о основных моральных принципах продавца и их значимости в торгово-технологическом процессе.
2. Дать определение понятию «менеджмент», рассказать о его основных принципах, и функциях.
3. Заполнить бланк документа «Товарный отчет» на основании следующего условия: остаток товаров на складе «Товарный» на начало месяца составил – 1500 рублей 50

копеек. За месяц на склад поступили следующие товары: молоко сухое – 150 пачек по цене 48 рублей за 1 пачку, по накладной № 12 от 12.02.2014 г.; молоко сгущенное – 200 банок по цене 36 рублей за 1 банку, по накладной № 13 от 14.02.2014 г. Со склада в для продажи в торговый зал магазина «Веселый молочник» по накладной № 32 от 15.02.2014 г., отпущены следующие товары: молоко сухое – 10 пачек по цене 48 рублей за пачку, молоко сгущенное – 20 банок, по цене 36 рублей за банку. Выполнить расчет суммы остатка на конец месяца (28.02.2014 г). Лицом, выполнившим отчет, указать заведующую складом Доброву А.А.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красноружская Т.П..

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».

Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 13

1. Дать определение понятию «товарный ассортимент», рассказать о видах ассортимента товаров, привести примеры товарных групп в зависимости от спроса, принципы формирования товарного ассортимента в магазине.
2. Перечислить виды снабжения и завоза товаров на розничные торговые предприятия, дать их характеристику, указать значимость для торгово-технологического процесса.
3. Оформить бланк документа «Накладная» по условию: Магазин оптовой продажи «Детский», реализует для магазина ИП Мороз И.А. «Игрушки», через экспедитора Шилова Г.Н. Следующий товар: конструктор «Лего» - 50 штук по цене 280 рублей; кукла «Барби» - 25 штук по цене 140 рублей 50 копеек; мягкая игрушка «Машенька» – 10 штук по цене 160 рублей 20 копеек. Номер накладной 00786, выписана от 24 мая 2014 г. Выдача товара осуществляется на основании Доверенности №123 от выданной 23 мая 2014 года, на имя Покупайкина А.Т. Поставка товара осуществляется по ранее заключенному договору.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красноружская Т.П.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

« ___ » _____ 20 ___ г.

« ___ » _____ 20 ___ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».

Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 14

1. Рассказать о требованиях к транспортированию товаров и погрузочно-разгрузочным работам в розничной торговой сети.
2. Перечислить нормативно-правовые документы, используемые в розничной торговой сети, дать определение понятию «Закон о защите прав потребителей», охарактеризовать права потребителя в соответствии с законом.
3. Оформить бланк документа «Акт о порче, бое, ломе товарно-материальных ценностей» по следующему условию: в магазине «Товары для дома» в период инвентаризации были обнаружены битые и бракованные товары следующего перечня:
 - 1) Кружки керамические по цене за 1 штуку - 50 рублей 80 копеек в количестве 20 штук.
 - 2) Тарелки обеденные по цене за 1 штуку – 80 рублей 90 копеек в количестве 15 штук.Акт составлен в составе комиссии: Кнопкина А.А, Ширкина А.А, Трушкина А.А. Материально ответственное лицо – заведующая складом Сделкина А.А. Укажите сумму определенной недостачи. Укажите, какое может быть решение администрации, согласно выше указанному условию.

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области
ОГАПОУ «Алексеевский агротехнический техникум»

Рассмотрено на заседании ПЦК
учебно-экономических дисциплин
Председатель Красноружская Т.П.

Утверждаю:
Зам.директора ОГАПОУ «Алексеевский
агротехнический техникум».

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

Предмет: «Организация и технология розничной торговли».

Профессия: «Продавец, контролер-кассир»

Билет № 15

1. Дать характеристику организации закупки товаров, привести примеры ее документального сопровождения.
2. Дать определение понятию «гарантийный срок», указать с какой целью он устанавливается, перечислить правила действия продавца в случае возврата товара срок гарантии, на который еще не истек.
3. Оформить бланк документа «Товарно-транспортная накладная» по условию: с базы «Мясопродукты» расположенной по адресу г. Новый, ул. Зеленая-156, автотранспортом предприятия «Доставка», осуществляется транспортирование товара по договору № 124, для магазина «Мясо» следующих товаров:
 - 1) Мясо свинины вырезка – 250 килограмм по цене 350 рублей 50 копеек за 1 килограмм;
 - 2) Мясо говядины вырезка – 150 килограмм по цене 340 рублей 80 копеек за 1 килограмм.Датой считать дату его выписки, лицом оформившим документ указать себя в должности кладовщика.

Перечень используемых информационных источников.

Основные источники:

- 1.Новикова А.М. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами: Учебник для начального профессионального образования. –М.: ПрофОбрИздат, 2017. - 480с.
- 2.Памбухчиянц О.В. Технология розничной торговли. Учебник для начального профессионального образования по профессии «Продавец, контролёр - кассир». – М.: Издательский дом «Дашков и Ко», 2018 – 184с.
- 3.Брагин Л.А Технология розничной торговли: учебное пособие для начального проф. образования. – 4-е изд. –М.: Издательский центр «Академия», 2017.- 128с.

Дополнительные источники:

- 1.Денисова И.Н. Организация и технология коммерческой деятельности: в рисунках, схемах, таблицах: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2016.
- 2.Яковенко Н.В. Кассир торгового зала: учебное пособие для начального профессионального образования.- М.: Издательский центр «Академия», 2017.- 128с.
- 3.Дашков Л.Н., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли. Учеб. для вузов. – М.: Маркетинг, 2016.
- 4.Торговое дело: экономика, маркетинг, организация/ под ред. Л.А. Брагина. Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2016.