



Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
«Колледж Развития Инновационных Технологий»

УТВЕРЖДАЮ  
Камал Ю. М. «КРИТ»  
Директор АНО КО «КРИТ»  
Развития  
Инновационных  
Технологий» А.Абдулкеримов  
2023 г.

**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ  
СРЕДСТВ  
по учебной дисциплине  
ОП.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

**По реализации программы подготовки квалифицированных  
рабочих, служащих по профессии СПО 38.01.02 Продавец,  
контролер-кассир**

Паспорт фонда оценочных средств учебной дисциплины ОП. 03 Организация и технология розничной торговли по профессии 38.01.02 Продавец, контролер-кассир на базе среднего общего образования.

Паспорт фонда оценочных средств составлен в соответствии с рабочей программой по учебной дисциплине ОП. 03 Организация и технология розничной торговли

Паспорт фонда оценочных средств утвержден решением цикловой методической комиссии общепрофессиональных и профессиональных дисциплин

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Результатом освоения учебной дисциплины ОП.03 «Организация и технология розничной торговли» является готовность обучающегося к овладению знаний и умений, обусловленных общими и профессиональными компетенциями, формирующимися при комплексном подходе в процессе освоения.

1.2. Формой промежуточной аттестации по учебной дисциплине ОП.03 «Организация и технология розничной торговли» по профессии 38.01.02 Продавец, контролёр-кассир, входящей в укрупнённую группу направлений профессий 38.00.00 Экономика и управление является форма промежуточной аттестации в виде дифференцированного зачета.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ПРОВЕРКЕ

В результате освоения ОП.03 «Организация и технология розничной торговли» обучающийся должен обладать предусмотренными ФГОС по профессии следующими умениями, знаниями, общими и профессиональными компетенциями:

### уметь:

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

### знать:

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

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.1. Проверять качество, комплектность, количественные характеристики непродовольственных товаров	Проверяет качество, комплектность, количественные характеристики непродовольственных товаров
ПК 1.2. Осуществлять подготовку, размещение товаров в торговом зале и выкладку на торгово-технологическом оборудовании.	Осуществляет подготовку, размещение товаров в торговом зале и выкладку на торгово-технологическом оборудовании.
ПК 2.1. Осуществлять приемку товаров, консультировать о их пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах отдельных продовольственных товаров	Осуществляет приемку товаров, консультирует о их пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах отдельных продовольственных товаров.
ПК 2.3. Обслуживать покупателей, консультировать их о пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах продовольственных товаров.	Обслуживает покупателей, консультирует их о пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах продовольственных товаров.

отдельных продовольственных товаров.	
ПК 3.2. Проверять платежеспособность государственных денежных знаков	Проверяет платежеспособность государственных денежных знаков
ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги	Проверяет качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги
ПК 3.4. Оформлять документы по кассовым операциям	Оформляет документы по кассовым операциям

Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- иметь высокие результаты в осуществлении учебной и профессиональной деятельности; - иметь высокие результаты участия в конкурсах профессионального мастерства
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.	- иметь высокие результаты выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач; - иметь высокие результаты планирования своей деятельности согласно поставленным целям
ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.	- иметь высокие результаты самоконтроля, оценки и коррекции собственной деятельности; - иметь высокие результаты разработки алгоритма достижения результата деятельности (составление плана действий логической последовательности); - правильно выбирать решения стандартных и нестандартных профессиональных задач
ОК 4. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.	- рационально выбирать источники информации для выполнения профессиональных задач; - правильно работать с информацией; - иметь высокие результаты информационного поиска
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- использовать новые технологии в организации торгово-технологического процесса
ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.	- иметь высокие результаты работы в группе, в бригаде; - правильно выстраивать взаимоотношения с коллегами, руководством, покупателями; - ясно и аргументированно излагать собственное мнение; - полно и доступно предоставлять рекомендации покупателю при обслуживании
ОК 7. Соблюдать правила реализации товаров в соответствии с действующими санитарными нормами и правилами, стандартами и правилами продажи товаров.	- соблюдать технику безопасности, санитарные правила и нормы, технические условия в торгово-технологическом процессе; - осуществлять все методы продажи в соответствии с правилами торговли и закона о защите прав потребителей
ОК 8. Использовать воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний	- применять полученные профессиональные знания при выполнении воинской обязанности; - соблюдать дисциплину труда

### 3. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УМЕНИЙ И ЗНАНИЙ

Основной целью оценки теоретического курса учебной дисциплины ОП.03 «Организация и технология розничной торговли» по профессии 38.01.02 Продавец, контролёр-кассир является оценка умений и знаний.

Перечень основных показателей оценки результатов знаний, умений, подлежащих текущему контролю и промежуточной аттестации, формы контроля заполняются в таблице.

Приобретенный практический опыт, освоенные умения и знания	Результат обучения ПК, ОК	Наименование раздела, темы, подтемы	Уровень освоения	Наименование КОС	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливать вид и тип организации торговли по идентифицирующим признакам;</li> </ul> <p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- услуги розничной торговли, их классификацию и качество;</li> <li>- виды розничной торговой сети и их характеристику;</li> <li>- типизацию и специализацию розничной торговой сети;</li> <li>- особенности технологических планировок организаций торговли;</li> </ul>	ПК 1.1, 2.3, 3.3 ОК 1-8	<p>Раздел 1. Организация розничной торговли</p> <p>Тема 1.1. Организация розничной торговли</p> <p>Тема 1.2. Устройство и планировка торгового зала магазина</p> <p>Тема 1.3. Формирование ассортимента товаров в розничной торговле</p>	1,2	<p>Вопросы для устного опроса по теме.</p> <p>Практико-ориентированное занятие №1</p>	Дифференцированный зачёт
<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять критерии конкурентоспособности на основе покупательского спроса;</li> </ul> <p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы маркетинговой деятельности и менеджмента в торговле;</li> </ul>	ПК 2.3, 3.3 ОК 1-8	<p>Раздел 2. Содержание торгово-технологического процесса</p> <p>Тема 2.1. Основы маркетинговой деятельности и менеджмента в торговле</p>	1,2	<p>Вопросы для устного опроса по теме.</p> <p>Практико-ориентированное занятие №2</p>	Дифференцированный зачёт
<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять правила торгового обслуживания и правила торговли в профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы товароснабжения в торговле;</li> <li>- технологию приемки, хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки;</li> <li>- правила торгового обслуживания и торговли товарами; требования к обслуживающему</li> </ul>	ПК 1.1, 1.2, 2.1, 2.3, 3.2, 3.3 ОК 1-8	<p>Раздел 3. Технология снабжения и завоза товаров в розничные торговые организации</p> <p>Тема 3.1. Основы товароснабжения в торговле</p> <p>Тема 3.2. Технология приемки товаров</p> <p>Тема 3.3. Технология хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки товаров</p>	1,2	<p>Вопросы для устного опроса по теме.</p> <p>Практико-ориентированные занятия № 3-№ 5</p>	Дифференцированный зачёт

персоналу;					
<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять правила торгового обслуживания и правила торговли профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные виды тары и тароматериалов, особенности тарооборота;</li> <li>- технологию приемки, хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки;</li> </ul>	ПК.1.1, 2.1, 3.3,3.4 ОК 1-8	Раздел 4. Тара и тарные операции Тема 4.1. Тара и упаковка. Тарооборот	1,2	Вопросы для устного опроса по теме. Практико-ориентированное занятие № 6	Дифференцированный зачёт
<p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять правила торгового обслуживания и правила торговли в профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила торгового обслуживания и торговли товарами;</li> <li>- требования к обслуживающему персоналу;</li> <li>- нормативную документацию по защите прав потребителей.</li> </ul>	ПК.2.3, 3.3. ОК 1-8	Раздел 5. Технология продажи товаров и обслуживание покупателей Тема 5.1. Правила обслуживания покупателей в магазине Тема 5.2. Нормативная документация по защите прав потребителей и нормативно-правовые документы о правилах торговли Тема 5.3. Организация труда в магазине	1,2	Вопросы для устного опроса по теме. Практико-ориентированные занятия № 7-8	Дифференцированный зачёт
		экзамен	3		Экзамен

### 3.1. Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины ОП.03 «Организация и технология розничной торговли»

Виды заданий:

№1 Практико-ориентированные занятия - практические работы.

№2 Сообщение

№3 Вопросы для устного опроса по теме, разделу

№4 Дифференцированный зачет

#### 3.2 Типовые критерии оценки сформированности компетенций

Оценка	Балл	Обобщенная оценка компетенции
Неудовлетворительно	2 балла	Обучающийся не овладел оцениваемой компетенцией, не раскрывает сущность поставленной проблемы. Не умеет применять теоретические знания в решении практической ситуации. Допускает ошибки в принимаемом решении, в работе с нормативными документами, неуверенно обосновывает полученные результаты. Материал излагается нелогично, бессистемно, недостаточно грамотно
Удовлетворительно	3 балла	Обучающийся освоил 60-69% оцениваемой компетенции, показывает удовлетворительные знания основных вопросов программного материала, умения анализировать, делать выводы в условиях конкретной ситуационной задачи. Излагает решение проблемы недостаточно полно, непоследовательно, допускает неточности. Затрудняется доказательно обосновывать свои суждения.
Хорошо	4 балла	Обучающийся освоил 70-80% оцениваемой компетенции, умеет применять теоретические знания и полученный практический опыт в решении практической ситуации. Умело работает с нормативными документами. Умеет аргументировать свои выводы и принимать самостоятельные решения, но допускает отдельные неточности, как по содержанию, так и по умениям, навыкам работы с нормативно-правовой документацией
Отлично	5 баллов	Обучающийся освоил 90-100% оцениваемой компетенции, умеет связывать теорию с практикой, применять полученный практический опыт, анализировать, делать выводы, принимать самостоятельные решения в конкретной ситуации, высказывать и обосновывать свои суждения. Демонстрирует умение вести беседы, консультировать граждан, выходить из конфликтных ситуаций. Владеет навыками работы с нормативными документами. Владеет письменной и устной коммуникацией, логическим изложением ответа.

**КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ ОП.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ РОЗНИЧНОЙ  
ТОРГОВЛИ**

**по профессии:** 38.01.02 Продавец, контролёр-кассир



Комплект контрольно-оценочных средств для оценки результатов освоения учебной дисциплины ОП.03 «Организация и технология розничной торговли» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО), рабочей программы учебной дисциплины, контрольно-измерительных материалов по профессии 38.01.02 Продавец, контролер-кассир.

### Аннотация

Назначение экзамена – оценить уровень подготовки обучающихся по учебной дисциплине ОП.03 «Организация и технология розничной торговли» с целью установления их готовности к дальнейшему усвоению ОПОП по профессии.

1. **Содержание экзамена** определяется в соответствии с ФГОС СПО профессии 38.01.02 Продавец, контролёр-кассир.

2. **Принципы отбора содержания заданий** – ориентация на требования к результатам освоения учебной дисциплины ОП.03 «Организация и технология розничной торговли», представленным в соответствии с ФГОС СПО профессии 38.01.02 Продавец, контролёр-кассир и рабочей программой учебной дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

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

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

Код	Наименование результата обучения
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.
ОК 7	Соблюдать правила реализации товаров в соответствии с действующими санитарными нормами и правилами, стандартами и правилами продажи товаров.
ОК 8	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний
ПК 1.1.	Проверять качество, комплектность, количественные характеристики непродовольственных товаров
ПК 1.2	Осуществлять подготовку, размещение товаров в торговом зале и выкладку на торгово-технологическом оборудовании.
ПК 2.1	Осуществлять приемку товаров, консультировать о их пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах отдельных продовольственных товаров.
ПК 2.3	Обслуживать покупателей, консультировать их о пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах отдельных продовольственных товаров.
ПК 3.2	Проверять платежеспособность государственных денежных знаков
ПК 3.3	Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги
ПК 3.4	Оформлять документы по кассовым операциям

### 3. Структура экзамена

Для проведения экзамена составлены 25 вариантов. Каждый вариант имеет три задания и содержит один вопрос, требующий развернутого ответа, одно задание, требующее раскрыть суть понятий и одну задачу. При решении задачи необходимо дать ответ в соответствии с пунктами Закона «О защите прав потребителей». В остальных заданиях обучающиеся должны сами дать краткий ответ.

Каждый вариант содержит следующие задания:

1. Раскрыть суть теоретического вопроса
2. Раскрыть суть понятий
3. Решить ситуационную задачу

### 4. Условия проведения экзамена

При проведении экзамена варианты раскладываются на столе. На выполнение экзамена работы отводится 90 минут. Среднее время выполнения заданий для развернутых ответов – 40-50 минут, решение задачи – 30 минут. Ориентировочное время выполнения всех заданий – 90 минут.

Если обучающийся не знает ответ на данный вариант, он может взять другой, но оценка будет на балл ниже.

При проведении экзамена преподаватель может задавать обучающимся уточняющие и дополнительные вопросы по теоретическим вопросам и существу выполненного задания. После окончания выполнения задания обучающимися, ответив на дополнительные вопросы преподаватель объявляет оценку (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно), фиксирует её в протоколе экзамена, а затем в зачетной книжке.

### 5. Система оценивания отдельных заданий (вопросов) и экзамена в целом:

Ответы на билеты оцениваются по 5-ти балльной шкале.

«Отлично» выставляется за 85-100% правильных ответов.

«Хорошо» выставляется за 65-84% правильных ответов.

«Удовлетворительно» – выставляется за 50-64% правильных ответов.

«Неудовлетворительно» – выставляется, если количество правильных ответов менее 50%.

#### **6. Время проведения экзамена.**

На проведение экзамена отводится 90 минут. Среднее время выполнения заданий для развернутых ответов – 70-80 минут, одного тестового задания – 7-10 минут. Ориентировочное время выполнения всех заданий – 90 минут.

#### **7. Рекомендации по подготовке к экзамену.**

При подготовке рекомендуется использовать:

##### **Нормативные источники:**

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. №2300-1(с изменениями и дополнениями)

##### **Дополнительные источники:**

1. Абоимова Н.Э. Организация и технология розничной торговли: учебник для учреждений нач. проф. образования/Н.Э. Абоимова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 256 с.
2. Гранаткина Н.В. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами: учебник для студ. Учреждений сред. Проф. Образования / Н.В. Гранаткина. – 9-е изд., испр. – М.: Издательский дом «Академия», 2015. – 256с.
3. Организация и технология розничной торговли: учебник С.Н. Виноградова – Минск: Выш.шк..2009 – 464 с.
4. Розничная торговля продовольственными товарами. Товароведение и технология: учебник для студ. Учреждений сред. Проф. Образования / (Т.С. Голубкина, Н.С. Никифорова, А.М. Новикова, С.А. Прокофьева). – 6-е изд., стер. – М.: Издательский дом «Академия», 2014. -544с.

##### **Интернет - ресурсы:**

1. Грибанова И.В. Организация и технология торговли [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.В. Грибанова, Н.В. Смирнова. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2016. — 204 с.
2. Кент Т. Розничная торговля [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция» («Торговое дело») / Т. Кент, О. Омар. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 719 с.

##### **Инструкция для обучающихся**

1. **Форма проведения промежуточной аттестации** по учебной дисциплине ОП.03 Организация и технология розничной торговли – экзамена с использованием тестов и вопросов, требующих развернутого ответа.

2. **Принципы отбора содержания экзамена**

**Принципы отбора содержания заданий** – ориентация на требования к результатам освоения учебной дисциплины ОП.03 «Организация и технология розничной торговли», представленным в соответствии с ФГОС СПО профессии 38.01.02 Продавец, контролёр-кассир и рабочей программой учебной дисциплины.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- устанавливать вид и тип организации торговли по идентифицирующим признакам;

- определять критерии конкурентоспособности на основе покупательского спроса;
- применять правила торгового обслуживания и правила торговли в профессиональной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

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

### **3. Перечень разделов, тем учебной дисциплины Организация и технология розничной торговли, подлежащих контролю:**

Раздел 1. Организация розничной торговли

Тема 1.1. Организация розничной торговли

Тема 1.2. Устройство и планировка торгового зала магазина

Тема 1.3. Формирование ассортимента товаров в розничной торговле

Раздел 2. Содержание торгово-технологического процесса

Тема 2.1. Основы маркетинговой деятельности и менеджмента в торговле

Раздел 3. Технология снабжения и завоза товаров в розничные торговые организации

Тема 3.1. Основы товароснабжения в торговле

Тема 3.2. Технология приемки товаров

Тема 3.3. Технология хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки товаров

Раздел 4. Тара и тарные операции

Тема 4.1. Тара и упаковка. Тарооборот

Раздел 5. Технология продажи товаров и обслуживание покупателей

Тема 5.1. Правила обслуживания покупателей в магазине

Тема 5.2. Нормативная документация по защите прав потребителей и нормативно-правовые документы о правилах торговли

Тема 5.3. Организация труда в магазине

## ВАРИАНТ 1

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Приемка товаров по количеству

2. *Раскройте суть следующих понятий:* внемагазинная форма продажитоваров, рознично-торговая реклама

3. *Решите тестовое задание:*

Виды торговли в зависимости от цели, с которой приобретаются товары.

А) оптовая и розничная;

Б) государственная, частная, потребительская кооперация;

В) передвижная, стационарная, посылочная;

Г) потребительская кооперация, стационарная.

## ВАРИАНТ 2

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Типизация розничной торговой сети

2. *Раскройте суть следующих понятий:* магазинная форма продажитоваров, киоск

3. *Решите тестовое задание:*

По конструктивным особенностям тару подразделяют на:

А) Неразборную и разборную;

Б) Разборную и разборно-складную;

В) Закрытую, открытую, а также штабелируемую;

Г) Все ответы правильные

## ВАРИАНТ 3

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Мелкорозничная торговая сеть и характеристика ее основных элементов

2. *Раскройте суть следующих понятий:* неспециализированный магазин, бумажная тара

3. *Решите тестовое задание:* Чистая масса товара без упаковки

А) Брутто;

Б) Нетто;

В) Бракераж;

Г) Нет правильного ответа

## ВАРИАНТ 4

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Классификация магазинов по степени специализации и характеристика признаков классификации

2. *Раскройте суть следующих понятий:* торговый центр, товароснабжение

3. *Решите тестовое задание:*

Период, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению.

А) Срок годности;

Б) Гарантийный срок;

В) Срок службы;

Г) Нет правильного ответа.

## ВАРИАНТ 5

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Понятие тары и ее основная классификация

2. *Раскройте суть следующих понятий:* розничная торговля, специализированный магазин

3. *Решите тестовое задание:*

Смешанный магазин – это\_.

- А) магазин, ведущий торговлю как продовольственными, так и непродовольственными товарами;
- Б) магазин, осуществляемый торговлю товарами нескольких групп, родственных по своему потребительскому спросу.
- В) магазин, осуществляющий торговлю товарами одной группы;
- Г) нет правильного ответа.

**ВАРИАНТ 6**

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Торговый маркетинг и его основные группы

2. *Раскройте суть следующих понятий:* розничная торговая сеть, естественная убыль

3. *Решите тестовое задание:*

Документ, используемый при доставке товаров транспортом, называется:

- А) Товарная накладная;
- Б) Товарно-транспортная накладная;
- В) счет-фактура;
- Г) Нет правильного ответа.

**ВАРИАНТ 7**

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Реклама и ее виды

2. *Раскройте суть следующих понятий:* универсальная тара, магазин -дискаунт

3. *Решите тестовое задание:*

Дата, до которой товар может предлагаться потребителю – это:

- А) Срок хранения;
- Б) Срок годности;
- В) Срок реализации;
- Г) Нет правильного ответа.

**ВАРИАНТ 8**

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Характеристика основных типов магазинов

2. *Раскройте суть следующих понятий:* реклама, правила товарного соседства

3. *Решите тестовое задание:*

Типизация магазинов – это\_.

- А) разделение предприятий по ряду признаков, основным из которых является ассортимент реализуемых товаров;
- Б) система мероприятий, направленных на отбор рациональных типов магазинов, которые являются экономически эффективными и обеспечивают высокий уровень обслуживания населения.
- В) система мероприятий по доставке товаров от предприятия-изготовителя до покупателя.
- Г) нет правильного ответа.

**ВАРИАНТ 9**

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Подготовка товаров к продаже

2. *Раскройте суть следующих понятий:* магазин, метод открытой выкладки

3. *Решите тестовое задание:*

Комбинированный магазин – это\_.

- А) магазин, осуществляющий торговлю товарами нескольких групп, родственных по своему потребительскому спросу (магазин «мясо-рыба-овощи», «вино-фрукты» и др.);
- Б) магазин, ведущий торговлю как продовольственными, так и непродовольственными

товарами;

В) магазин, ассортимент которого включает часть товаров какой-либоторварной группы (магазин «сыры», «колбасы», «чай» и др.).

Г) Нет правильного ответа.

#### ВАРИАНТ 10

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Правила розничной торговли

2. *Раскройте суть следующих понятий:* метод обслуживания через прилавок, дом торговли

3. *Решите тестовое задание:*

\_\_ - это площадь, занятая торговым оборудованием (прилавками, горками, стеллажами, тарооборудованием), она составляет 25-30 % площади торгового зала.

А) установочная;

Б) площадь для выкладки товаров;

В) площадь для покупателей.

Г) нет правильного ответа.

#### ВАРИАНТ 11

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Понятие розничной торговой сети и ее функции. Основные составляющие розничной торговой сети.

2. *Раскройте суть следующих понятий:* специализированная тара, торговый зал

3. *Решите тестовое задание:*

Универсам – это\_.

А) Предприятие розничной торговли, предлагающее несколько групп непродовольственных товаров;

Б) Продовольственный магазин, имеет большой объем товарооборота, продажа по методу самообслуживания.

В) легко возводимая сборно-разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещений для хранения.

Г) строение, оснащенное торговым оборудованием без торгового зала.

#### ВАРИАНТ 12

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Специализация розничной торговой сети

2. *Раскройте суть следующих понятий:* дисконтный магазин, метод самообслуживания

3. *Решите тестовое задание:*

Виды розничной торговой сети.

А) Государственная, потребительская кооперация, частная, смешанная.

Б) Стационарная, передвижная, посылочная.

В) Государственная, частная.

Г) Нет правильного ответа.

#### ВАРИАНТ 13

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Этапы продажи товаров

2. *Раскройте суть следующих понятий:* гастроном, тканевая тара

3. *Решите тестовое задание:*

Магазин - дискаунт - это...

А) крупный магазин самообслуживания с преимущественно продовольственным ассортиментом товаров (удельный вес непродовольственных товаров составляет 15-20 %);

Б) магазины, торгующие товарами по более низким ценам (со скидкой) за счет уменьшения

накладных расходов, связанных с обслуживанием товаров (их хранением, подготовкой к продаже и т.п.).

В) магазины, торгующие товарами низкого качества;

Г) нет правильного ответа.

#### ВАРИАНТ 14

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Виды запасов и их характеристика

2. *Раскройте суть следующих понятий:* внешняя тара, универмаг

3. *Решите тестовое задание:*

Специализация розничных торговых предприятий – это \_\_\_.

А) Разделение предприятий по ряду признаков, основным из которых является ассортимент реализуемых товаров.

Б) Система мероприятий, направленных на отбор рациональных типов магазинов, которые являются экономически эффективными и обеспечивают высокий уровень обслуживания населения.

В) Система мероприятий по продаже товаров.

Г) Нет правильного ответа.

#### ВАРИАНТ 15

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Факторы, влияющие на развитие розничной торговой сети. Виды розничной торговой сети

2. *Раскройте суть следующих понятий:* маркетинг, внутренняя тара

3. *Решите тестовое задание:*

\_- это сооружение легкого некапитального типа с торговым залом и неторговыми помещениями; может быть одно- или двухэтажным, а его конфигурация - прямоугольной, круглой, многогранной.

А) магазин;

Б) киоск;

В) павильон;

Г) интернет-магазин

#### ВАРИАНТ 16

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Основные методы продажи товаров

2. *Раскройте суть следующих понятий:* торговый центр, прямая продажа

3. *Решите тестовое задание:*

Одно из направлений совершенствования розничной торговой сети, которое предусматривает ограничение деятельности торговлей отдельными группами товаров при одновременном расширении внутригруппового ассортимента.

А) Специализация;

Б) Типизация;

В) Стандартизация;

Г) Унификация.

#### ВАРИАНТ 17

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Товароснабжение розничной торговой сети

2. *Раскройте суть следующих понятий:* палатка, бизнес-реклама

3. *Решите тестовое задание:*

Универмаг – это \_\_.

А) Предприятие, предлагающее одну группу непродовольственных товаров;

Б) Предприятие, предлагающее несколько групп непродовольственных товаров;

В) Строение, оснащенное торговым оборудованием без торгового зала;



Г) нет правильного ответа.

### ВАРИАНТ 18

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Торговый зал и виды его планировки

2. *Раскройте суть следующих понятий:* продажа товаров по заказам, товарный ассортимент

3. *Решите тестовое задание:*

\_\_ - это магазин, который включает большое число различных групп продовольственных или непродовольственных товаров.

А) Специализированный;

Б) Комбинированный ;

В) Универсальный;

Г) Нет правильного ответа.

### ВАРИАНТ 19

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Основные формы продажи товаров

2. *Раскройте суть следующих понятий:* транзитное товароснабжение, стеклянная тара

3. *Решите тестовое задание:*

Торговля, которая помогает производителям регулировать сбыт продукции, немедленно покрывая стоимость товаров, называется:

А) Розничная;

Б) Оптовая;

В) производственная;

Г) Комбинированная.

### ВАРИАНТ 20

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Приемка товаров по качеству

2. *Раскройте суть следующих понятий:* гипермаркет, товародвижение

3. *Решите тестовое задание:*

\_ - это предприятие торговли, площадью торгового зала 600м<sup>2</sup> с современной организацией торгового процесса, предлагает не менее 2000 наименований продовольственных и широкий ассортимент сопутствующих непродовольственных товаров, оказывает дополнительные услуги.

А) гипермаркет;

Б) минимаркет;

В) супермаркет.

Г) дискаунт

### ВАРИАНТ 21

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Основные виды тары

2. *Раскройте суть следующих понятий:* метод продажи, универсальный магазин

3. *Решите тестовое задание:*

В зависимости от кратности использования тару подразделяют: 1. Разовую; 2. Возвратную; 3. Разборно-складную; 4. Многооборотную.

А) 1, 3, 4;

Б) 1, 2, 3;

В) 1, 2, 4;

Г) Нет правильного ответа.

### ВАРИАНТ 22

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Товарный ассортимент и его основные характеристики

2. *Раскройте суть следующих понятий:* упаковка, покупательский спрос

3. *Решите тестовое задание:*

Документ первичного учета по перевозке грузов различными видами транспорта, это -:

- А) Доверенность;
- Б) Товарная накладная;
- В) Счет-фактура;
- Г) Нет правильного ответа

### **ВАРИАНТ 23**

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Понятие и виды рекламы

2. *Раскройте суть следующих понятий:* внешняя тара, супермаркет

3. *Решите тестовое задание:*

Виды торговли, в зависимости от цели, с которой приобретаются товары.

- А) оптовая и розничная;
- Б) государственная, частная, потребительская кооперация;
- В) передвижная, стационарная, посылочная;
- С) Г) потребительская кооперация, стационарная.

### **ВАРИАНТ 24**

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Основные требования, предъявляемые к организации товароснабжения

2. *Раскройте суть следующих понятий:* приемка по количеству, линейная планировка торгового зала

3. *Решите тестовое задание:*

По конструктивным особенностям тару подразделяют на:

- А) Неразборную и разборную;
- Б) Разборную и разборно-складную;
- В) Закрытую, открытую, а также штабелируемую;
- Г) Все ответы правильные

### **ВАРИАНТ 25**

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Особенности подготовки к продаже отдельных групп товаров

2. *Раскройте суть следующих понятий:* приемка по качеству, тарооборот

3. *Решите тестовое задание:* Чистая масса товара без упаковки

4. А) Брутто;

Б) Нетто;

В) Бракераж;

Г) Нет правильного ответа

### **Эталон ответов**

#### **ВАРИАНТ 1**

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Приемка товаров по количеству

Она заключается в сверке массы, числа мест, единиц фактически поступивших товаров с показателями счетов-фактур, товарно-транспортных накладных и других сопроводительных документов.

Если товары поступили в магазин без сопроводительных документов, то на фактически поступившее их количество составляют акт с указанием в нем отсутствующих документов, а поступившие товары принимают на ответственное хранение.

Приемку товаров по количеству проводят в определенные сроки. Так, товары, поступившие без тары, в открытой или поврежденной таре, следует принимать в момент их доставки в магазин. Товары, поступившие в исправной таре, по массе брутто и количеству мест принимают в момент получения их от поставщика, по массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте - одновременно со вскрытием тары, но не позднее 10 дней, а скоропортящиеся товары - не позднее 24 ч с момента получения товаров. Так, приемка непродовольственных товаров проводится не позднее 60 дней, продовольственных (кроме скоропортящихся) - не позднее 40 дней, а скоропортящихся товаров - не позднее 48 ч после поступления.

Если в процессе приемки будет выявлена недостача, то приемку товаров следует приостановить. Необходимо обеспечить сохранность товаров, а также принять меры к тому, чтобы они не смешались с другими однородными товарами. О выявленной недостаче составляют акт за подписями лиц, принимавших товар.

Если при приемке товаров выявлены излишки, то об этом также составляют акт.

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

внемагазинная форма продажи товаров - осуществляется при прямых контактах или при дистанционной торговле — по почте, по каталогам, интернет-торговля, прямые продажи, через автоматы,

рознично-торговая реклама - подобный вид рекламы нацелен на стимулирование продаж посредством привлечения покупателей к конкретной торговой точке или предприятию. Включается в себя чаще всего информирование о месте расположения и условиях продажи конкретных товаров и услуг.

## ВАРИАНТ 2

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Типизация розничной торговой сети

Под **типизацией розничной торговой** сети понимают определение, проектирование и выбор наиболее оптимальных типов магазинов с целью обеспечения нормальной рентабельности и высокой культуры торговли. Это понятие означает сведение множества разнообразных по размерам и специализации магазинов к сравнительно небольшому их количеству.

Процесс типизации заключается в следующем: на основе всестороннего изучения передового опыта определяются объекты торговли, с экономической точки зрения, наиболее успешно работающие и имеющие достаточно высокий уровень культуры. Отобранные магазины служат основой для создания новых, более современных типов с учетом последних достижений торговой и строительной техники, науки, наиболее эффективных форм продажи товаров, устройства и планировки торговых залов и изменений в характере спроса на товары народного потребления.

Тип магазина определяют следующие основные признаки:

- ассортиментный профиль магазина;
- мощность магазина, выраженная в размерах торговых площадей;
- формы торгового обслуживания;
- район деятельности магазина.

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

магазинная форма продажи товаров - представляет собой продажу товаров в торговых предприятиях— самообслуживание, через прилавок, салонную, по образцам, по заказам, с открытой выкладкой.,

киоск - оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и складских помещений. В киоске имеется одно рабочее место продавца, и товарный запас размещен на его площади

## ВАРИАНТ 3

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Мелкорозничная торговая сеть и характеристика ее основных элементов

сети относятся:

- павильон — оборудованное строение модульного типа, имеющее торговый зал (или без него) и помещение для хранения запаса товаров. Может иметь одно или несколько рабочих мест;
- киоск — оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и складских помещений. В киоске имеется одно рабочее место продавца, и товарный запас размещен на его площади;
- палатка — сборно-разборная легко возводимая конструкция с прилавком, без торгового зала и места для хранения товарного запаса. Товары завозятся на день торговли и размещаются на рабочем месте продавца.

Передвижная торговая сеть предназначена для организации торговли в тех местах, где отсутствует сеть магазинов, автоматов, павильонов, киосков, и делится на развозную и разносную.

Развозная торговая сеть — часть нестационарной торговой сети, характеризующаяся размещением торговых объектов на транспортных средствах.

Средствами развозной торговли являются автомагазины, автофургоны, вагоны-магазины, судомагазины, автоцистерны. Радиус обслуживания — до десятков, а вагонов-магазинов — до нескольких сотен километров.

Разносная торговая сеть — часть нестационарной торговой сети, характеризующаяся продажей товаров с переносных приспособлений. Применяется для обслуживания в местах массового отдыха, на железнодорожных платформах, стадионах, в поездах, самолетах гражданской авиации, при продаже цветов, газет, книг, мороженого и некоторых других товаров.

К передвижным средствам развозной и разносной торговли относятся также торговые автоматы.

*2. Раскройте суть следующих понятий:*

неспециализированный магазин - реализуют отдельные виды продовольственных или непродовольственных товаров (магазин "Товары повседневного спроса") ,

бумажная тара - к ней относятся бумажные мешки и пакеты. Мешки подразделяют на битумированные (крафт-мешки), дублированные и влагопрочные.

#### **ВАРИАНТ 4**

*1. Раскройте суть теоретического вопроса:*

Классификация магазинов по степени специализации и характеристика признаков классификации

Специализация розничной торговой сети может осуществляться по двум признакам: товарно-отраслевому и комплексности спроса.

При специализации *по товарно-отраслевому признаку* деятельность магазинов ограничивается продажей товаров определенных групп или отраслей. Специализация магазинов, как правило, осуществляется по следующим товарным отраслям:

- предметы одежды, обувь, туалетные принадлежности (ткани, обувь, трикотаж, галантерея, парфюмерия и т.д.);
- предметы культурно-бытового назначения (школьные, канцелярские, музыкальные, фото-, радио- и спорттовары);
- предметы домашнего и хозяйственного обихода (мебель, электротовары, бытовые машины, хозтовары и т.д.);
- предметы производственно-хозяйственного назначения (строительные, химико-москательные товары, сельскохозяйственный инвентарь и т.д.);
- прочие (цветы, автомобили, топливо и т.д.).

*По степени специализации магазины делятся:*

- на узкоспециализированные — реализуют отдельные товары определенной товарной группы (сорочки, носки, хлеб, молоко);
- специализированные — осуществляют продажу товаров одной товарной группы

(обувь, ткани, рыба, кондитерские товары);

- комбинированные — имеют в ассортименте товары нескольких товарных групп, объединенных комплексностью спроса (галантерея— парфюмерия, мясо—рыба, овощи—фрукты);
- универсальные — торгуют большинством товарных групп (Дом торговли, универмаг, универсам, гипермаркет);
- неспециализированные (смешанные) магазины — реализуют отдельные виды продовольственных или непродовольственных товаров (магазин "Товары повседневного спроса").

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

**торговый центр** - совокупность розничных торговых объектов, в которых реализуется универсальный ассортимент товаров и оказывается широкий набор услуг, расположенных на определенной территории, спланированных как единое целое и (или) централизующих функций хозяйственного обслуживания торговой деятельности,

**товароснабжение** - представляет собой комплекс коммерческих и технологических мероприятий, осуществляемых промышленными, торговыми и транспортными организациями и предприятиями, направленных на доведение товаров от производственных предприятий и оптовых баз до магазинов

## ВАРИАНТ 5

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Понятие тары и ее основная классификация

В процессе товарного обращения тара может выполнять различные функции, с учетом которых ее делят на транспортную, цеховую, потребительскую и тару-оборудование.

**Транспортная (внешняя) тара** применяется для транспортирования и хранения товаров. К ней относят ящики, бочки, мешки и т. д.

**Цеховая тара** предназначена для группировки товаров внутри предприятия (лотки и ящики специальной конструкции).

**Потребительская (внутренняя) тара** поступает к потребителю с продукцией и не представляет собой самостоятельной транспортной единицы. Стоимость потребительской тары — пакетов, коробок, тубов, банок и т. п., как правило, включается в стоимость товара. Она должна быть удобной, дешевой, легкой, оформленной. Ее оформление должно нести большую рекламную и информационную нагрузку.

Разновидностями потребительской тары являются подарочная тара, художественно-конструкторское исполнение, которой должно подчеркивать назначение продукции (товара) как подарка, сувенира и порционная тара обеспечивает использование размещенного в ней товара заданными дозами. Разовая порционная тара, товар в которой зафиксирован в определенном положении, а его извлечение происходит продавливанием или разрывом упаковки, называется контурной.

**Тара-оборудование** — это устройство, предназначенное для транспортирования, временного хранения, выкладки и продажи товаров.

**По кратности использования** тара делится на многооборотную, возвратную и разового использования.

**Многооборотная тара** предназначена для многократного ее использования при поставках продукции. Сюда относятся ящики, бочки, фляги, мешки и другая транспортная тара.

К **возвратной таре** относится тара, бывшая в употреблении, которую целесообразно использовать повторно. Она подлежит сдаче поставщику в обязательном порядке.

**Разовая тара** предназначена для однократного использования при поставках продукции. Это коробки из-под конфет, спичек, папирос и другая потребительская, а также транспортная тара, которая после ее использования подлежит утилизации.

В зависимости от принадлежности следует различать тару общего и индивидуального пользования. Тара **общего пользования** может применяться различными предприятиями и

организациями. К **таре индивидуального пользования** относится инвентарная тара, изготавливаемая по специальному заказу для централизованной доставки товаров на розничные торговые предприятия. Она является собственностью предприятий промышленности или оптовых торговых предприятий.

***По назначению*** тару делят на

- универсальную, применяемую для затаривания различных товаров,
- и специализированную – только для определенных товаров.

***По конструктивным особенностям*** тару подразделяют на

- неразборную,
- разборную,
- складную,
- разборно-складную,
- закрытую,
- открытую,
- штабелируемую.

Неразборная тара состоит из неразборных неподвижно соединенных частей. Конструкция разборной тары позволяет разобрать ее на отдельные части и вновь собрать, соединив сочленяющиеся элементы. Конструкция и свойства складной тары позволяют сложить ее без нарушения сочленения элементов и вновь придать таре первоначальную форму. Разборно-складная тара сочетает в себе конструктивные особенности разборной и складной тары. Если конструкция тары предусматривает применение крышки или другого затвора, то такая тара называется закрытой, в противном случае – открытой. Штабелируемой называется тара, конструкция и свойства которой позволяют укладывать ее в устойчивый штабель.

***По степени прочности*** тара бывает

- жесткой (металлические, деревянные и полимерные ящики, бочки),
- полужесткой (картонные ящики, полимерные тубы),
- мягкой (мешки, пакеты),
- а также хрупкой (различные виды стеклянной тары).

***По материалу изготовления*** тару подразделяют на

- деревянную
- картонную
- бумажную
- текстильную
- металлическую
- стеклянную
- керамическую
- полимерную
- комбинированную

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

**розничная торговля** - завершает процесс товарного обращения; посредством ее товары, произведенные в промышленности и сельском хозяйстве, доводятся до конечных потребителей, **специализированный магазин** - осуществляют продажу товаров одной товарной группы (обувь, ткани, рыба, кондитерские товары)

## **ВАРИАНТ 6**

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Торговый маркетинг и его основные группы

Под **торговым маркетингом** мы будем понимать деятельностью позицию субъектов рынка, осуществляющих качественное продвижение товаров и услуг до конкретного потребителя.

Все имеющиеся определения маркетинга условно разделяют на три основные группы:

- реклама, стимулирование сбыта и давление на покупателя, или комплекс «агрессивных» инструментов продаж (рынок массового, потребителя);

- комплекс инструментов анализа рынка (дедуктивно-индуктивный и аналитический методы исследования и моделирования);
- архитектура общества потребления — создание и стимулирование новых потребностей покупателя.

*2. Раскройте суть следующих понятий:*

розничная торговая сеть - представляет собой совокупность торговых объектов, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением,

естественная убыль - уменьшение количества товарно-материальных ценностей при их хранении в результате испарения, усушения и т. п

### ВАРИАНТ 7

*1. Раскройте суть теоретического вопроса:*

Реклама и ее виды

**Реклама** - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

**ВИДЫ РЕКЛАМЫ**

1. *Реклама конкретной торговой марки.* Данный вид рекламы можно назвать преобладающим в ряду визуальной рекламы. Подобная реклама нацелена в первую очередь на узнавание бренда и определенной торговой марки.

2. *Рознично - торговая реклама.* Подобный вид рекламы нацелен на стимулирование продаж посредством привлечения покупателей к конкретной торговой точке или предприятию. Включается в себя чаще всего информирование о месте расположения и условиях продажи конкретных товаров и услуг.

3. *Корпоративная реклама* – подобный вид рекламы редко содержит рекламную информацию, заключается в склонении определенного сегмента покупателей к точке зрения компании.

4. *Справочно-адресная реклама.* Это одна из разновидностей рознично - торговой рекламы. Ее смысл заключается в предоставлении большого количества информации сразу нескольким группам потребителей.

5. *Реклама с наличием обратной связи.* Данный вид подразумевает обмен информацией с потенциальными покупателями товара или услуги. Частая форма подобной рекламы - почтовые сообщения по конкретным адресатам, которые могут быть потенциальными покупателями (к примеру, каталоги по почте).

6. *Политическая реклама.* Включает в себя формирование позитивного имиджа политического деятеля в глазах избирателей. Это один из самых заметных, дорогостоящих и действенных типов рекламы.

7. *Социальная реклама* - ориентирована на аудиторию, объединенную по социальным признакам - подростки, пенсионеры, матери-одиночки и т.д.

8. *Бизнес-реклама* – вид рекламы, ориентированный на узкий круг профессионалов, предназначена для распространения рекламных сообщений среди групп населения, объединенных по общим признакам. Чаще всего распространяется при помощи специализированных изданий.

*2. Раскройте суть следующих понятий:*

универсальная тара – применяют для затаривания различных товаров,

магазин – дискаунт - магазин с широким ассортиментом товаров по ценам ниже средних рыночных

### ВАРИАНТ 8

*1. Раскройте суть теоретического вопроса:*

Характеристика основных типов магазинов

*Гипермаркет* — торговый объект, реализующий продовольственные и непродовольственные товары преимущественно по форме самообслуживания. Торговая площадь от 5000 м<sup>2</sup>.

*Универмаг* — торговый объект, реализующий главным образом непродовольственные товары универсального ассортимента различными методами продажи. Торговая площадь от 3500 м<sup>2</sup>.

*Универмаг "Детский мир"* — торговый объект, реализующий непродовольственные товары детского ассортимента. Торговая площадь от 2500 м<sup>2</sup>.

*Универсам (супермаркет)* — торговый объект, реализующий продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары массового спроса методом самообслуживания. Торговая площадь от 400 м<sup>2</sup>.

*Гастроном* — торговый объект, реализующий в основном продовольственные товары с преобладанием в ассортименте гастрономических товаров, с индивидуальным обслуживанием. Торговая площадь от 200 м<sup>2</sup>.

*Магазин "Продукты"* — торговый объект, реализующий продовольственные товары узкого ассортимента с индивидуальным обслуживанием через прилавок. Торговая площадь от 100 м<sup>2</sup>.

*Дом торговли* — торговый объект, реализующий товарные комплексы для мужчин, женщин, использующий различные формы обслуживания. Торговая площадь от 1000 м<sup>2</sup>.

*Торговый центр* — совокупность розничных торговых объектов, в которых реализуется универсальный ассортимент товаров и оказывается широкий набор услуг, расположенных на определенной территории, спланированных как единое целое и (или) централизующих функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности.

*Дисконтный магазин* — торговый объект площадью от 300 м<sup>2</sup>, реализующий продовольственные и непродовольственные товары массового спроса и отличающийся от других магазинов удобным месторасположением (на автозаправках, в местах отдыха, автомагистралях и т.д.), режимом работы (удлиненные часы или круглосуточно), более низкими ценами, совмещением торговых функций с другими (бытовым обслуживанием, закупкой сельскохозяйственной продукции и т.д.).

*2. Раскройте суть следующих понятий:*

Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке,

правила товарного соседства - устанавливают требования к хранению товаров с одинаковым режимом хранения

## **ВАРИАНТ 9**

*1. Раскройте суть теоретического вопроса:*

Подготовка товаров к продаже

Подготовка товаров к продаже заключается в их распаковке, сортировке, очистке, фасовке, упаковке, утюжке, маркировке и т. д. Количество подготовительных операций в магазине зависит от степени подготовленности товаров к продаже в момент поступления в магазин, сложности ассортимента и других факторов.

Все эти операции целесообразно проводить в специальных помещениях с соответствующим образом оборудованными рабочими местами.

При размещении товаров в торговом зале необходимо соблюдать правила товарного соседства. За каждой товарной группой следует закреплять постоянную зону размещения. Товары, которые подготавливают к продаже в магазине, размещают ближе к зоне, где выполняются подготовительные операции. Крупногабаритные товары надо размещать рядом с зоной расчета или выходом из торгового зала. Товары, требующие длительного ознакомления с ними покупателей, располагают в глубине торгового зала, чтобы не создавались помехи движению покупательских потоков. Товары с высокой



оборачиваемостью нужно расположить ближе к источникам пополнения.

Однородные товары лучше размещать концентрированно. Но если одни и те же товары входят в состав различных комплексов, а также если их концентрация приводит к задержке покупательского потока, то допустимо их размещение в разных местах торгового зала.

На первых этажах магазинов необходимо располагать товары более частого спроса и не требующие длительного выбора.

При выкладке товаров в упаковке рекомендуется отдельные образцы оставлять без упаковки или в прозрачной упаковке, чтобы покупатель мог ознакомиться с ними.

## 2. *Раскройте суть следующих понятий:*

Магазин - специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенная для продажи товаров и оказания услуг покупателям,

метод открытой выкладки - товары выкладываются непосредственно на прилавках, прилавках-холодильниках, корзинах, пр. и покупатель имеет возможность осуществить выборку товаров с помощью продавца, который производит завес (если товар весовой) и оформление покупки

## **ВАРИАНТ 10**

### *1. Раскройте суть теоретического вопроса:*

Правила розничной торговли.

1. правила продажи отдельных видов товаров.
2. продажа товаров в кредит.
3. комиссионная торговля непродовольственных товаров.
4. правила работы предприятий розничной торговли.
5. санитарные правила торговли.

1. Правила продажи отдельных видов товаров.

2. Продажа товаров в кредит.

Продажа регулируется правилами продажи гражданам товаров длительного пользования в кредит, которая утверждена 9 сентября 1993 г. Они регулируют продажу товаров в кредит в магазинах всех форм собственности и не зависят от ведомственной принадлежности.

К товарам длительного пользования относятся: непродовольственные товары, имеющие длительный срок службы. Перечень таких товаров утвержден правительством и является приложением №1 к правилам (мебель, радио, одежда, ковры и др.).

Магазин устанавливает свой перечень, но в соответствии с рекомендуемым, и этот перечень вывешивается в магазине.

Сумма предоставляемого кредита не должна превышать с рассрочкой платежа на 6 месяцев – двух месячной ЗП; на срок до 12 месяцев – 4-х месячной ЗП; на 24 -8 мин. ЗП; на 36 месяцев – 12; 48 месяцев – 18; на срок 60 месяцев – 24.

Если стоимость продаваемого товара в кредит превышает предельную, то разница оплачивается покупателем при получении товара. При проданном товаре в кредит сумму кредита покупатель оплачивает в %, которые устанавливает магазин, но размер его не должен превышать ставок банковских кредитов.

Сумма кредита погашается равными частями. За несвоевременную оплату кредита магазин может взыскать пеню (0,5% с не перечисленной суммы за каждый день издержки).

При увольнении с работника взыскивается вся сумма кредита. Если не хватает, то организация обязана в 5-дневный срок переслать поручения обязательства и справку об увольнении работника.

3. Комиссионная торговля непродовольственных товаров.

Лица, участвующие в комиссионной торговле: комиссионер (принимает товар); комитент (сдатчик товара); покупатель.

За комитентом сохраняется право собственности на товар до момента его продажи. Комиссионер обязан предоставить полную информацию о себе и несет ответственность за сохранность товаров, принятых на комиссию. Все вопросы, не урегулированные этими правилами, регулируются правилами продажи отдельных товаров. На комиссию

принимаются новые товары бывшего употребления.

4. Правила работы предприятий розничной торговли. Правила направлены на защиту интересов покупателей.

5. Санитарные правила предприятия.

Предприятия торговли должны соблюдать действующее законодательство и установленные санитарно-эпидемиологические правила, и осуществлять контроль за их выполнением. Особые правила установлены для продовольственных магазинов. Эти предприятия должны быть оснащены торгово-технологическим, холодильным оборудованием в зависимости от типа, мощности и норм оснащения.

Торговое оборудование, инвентарь и тара должны быть изготовлены из материалов, разрешенных органами здравоохранения. Приспособления для выкладки товаров, хранения должны иметь гладкую поверхность и легко подвергаться мойки. Высота стеллажей должна быть на расстоянии менее 15 см от пола. Для каждого продукта должны быть отдельные доски. Должен осуществляться контроль температурного режима и влажности воздуха. Количество скоропортящихся продуктов должно соответствовать количеству работающего холодильного оборудования, температурный режим реализации товаров + 6о С и этикетки должны сохраняться до окончания срока годности. При хранении товаров должно соблюдаться товарное соседство и норма складирования. Замороженный товар должен храниться в соответствии с требованиями ГОСТа, сыпучие товары в хорошо проветриваемых помещениях. Санитарные правила предусматривают правила подготовки и продажи товаров.

Правила соблюдения личной гигиены:

- оставлять одежду в гардеробе;
- мыть руки с мылом;
- снимать одежду перед туалетом;
- не курить, не есть на рабочем месте.

Каждое предприятие должно иметь аптечку. Руководитель обязан: проводить дезинфекцию, вывозить мусор, проводить санитарную просветительную работу.

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

метод обслуживания через прилавок - покупатели не имеют непосредственного доступа к товарам — доступ ограничен прилавком и произвести выборку товара покупатели могут только посредством обслуживающего персонала. Расчет производится либо в едином кассовом центре (товар выдается на основании кассового чека), либо непосредственно у прилавка,

дом торговли - торговый объект, реализующий товарные комплексы для мужчин, женщин, использующий различные формы обслуживания. Торговая площадь от 1000 м<sup>2</sup>.

## **ВАРИАНТ 11**

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Понятие розничной торговой сети и ее функции. Основные составляющие розничной торговой сети.

**Розничная торговая сеть** представляет собой совокупность торговых объектов, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением.

В ее состав включаются магазины, палатки, павильоны, киоски, торговые автоматы, автомагазины.

Основными функциями розничной торговой сети являются:

- закупка товаров у поставщиков;
- организация завоза товаров в магазины;
- приемка и хранение товаров;
- подсортировка и подготовка к продаже;
- продажа товаров населению и мелкооптовым покупателям;
- наиболее полное удовлетворение спроса населения в товарах и услугах.

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

специализированная тара - только для определенных товаров,

торговый зал - является та часть торговой площади, на которой осуществляется продажа товара. Он является основным торговым помещением

## ВАРИАНТ 12

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Специализация розничной торговой сети

**Специализация** — это форма разделения труда между торговыми объектами по розничной продаже отдельных групп товаров для наиболее полного удовлетворения спроса населения. Специализация розничной торговой сети оказывает существенное влияние на все стороны организационно-хозяйственной деятельности магазинов, особенно по торговле товарами культурно-бытового назначения, хозяйственного обихода и легкой промышленности.

Прежде всего, специализация способствует значительному расширению ассортимента той или иной группы товаров, улучшению работы с поставщиками, обеспечению более высокого уровня культуры продажи товаров, расширению дополнительных услуг и в конечном счете — повышению как экономической, так и социальной эффективности продажи за счет значительного снижения затрат времени покупателей на поиск нужных товаров.

Специализация розничной торговой сети может осуществляться по двум признакам: товарно-отраслевому и комплексности спроса.

При специализации по товарно-отраслевому признаку деятельность магазинов ограничивается продажей товаров определенных групп или отраслей.

При специализации по комплексности спроса ассортимент реализуемых товаров формируется по потребительским комплексам (магазины "Товары для детей", "Товары для дома", "Сделай сам", "Все для садовода" и др.). Преимущество этой формы специализации заключается в том, что покупатели легче ориентируются в торговой сети города, меньше затрачивают времени на поиск нужных товаров, более полно удовлетворяется спрос.

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

дисконтный магазин - торговый объект площадью от 300 м<sup>2</sup>, реализующий продовольственные и непродовольственные товары массового спроса и отличающийся от других магазинов удобным месторасположением (на автозаправках, в местах отдыха, автомагистралях и т.д.), режимом работы (удлиненные часы или круглосуточно), более низкими ценами, совмещением торговых функций с другими (бытовым обслуживанием, закупкой сельскохозяйственной продукции и т.д.),

метод самообслуживания - покупатели имеют открытый доступ к товарам, расположенным на торговом оборудовании, позволяющем покупателям самостоятельно производить выборку товаров. Оплата за товары производится в едином кассовом центре торгового объекта

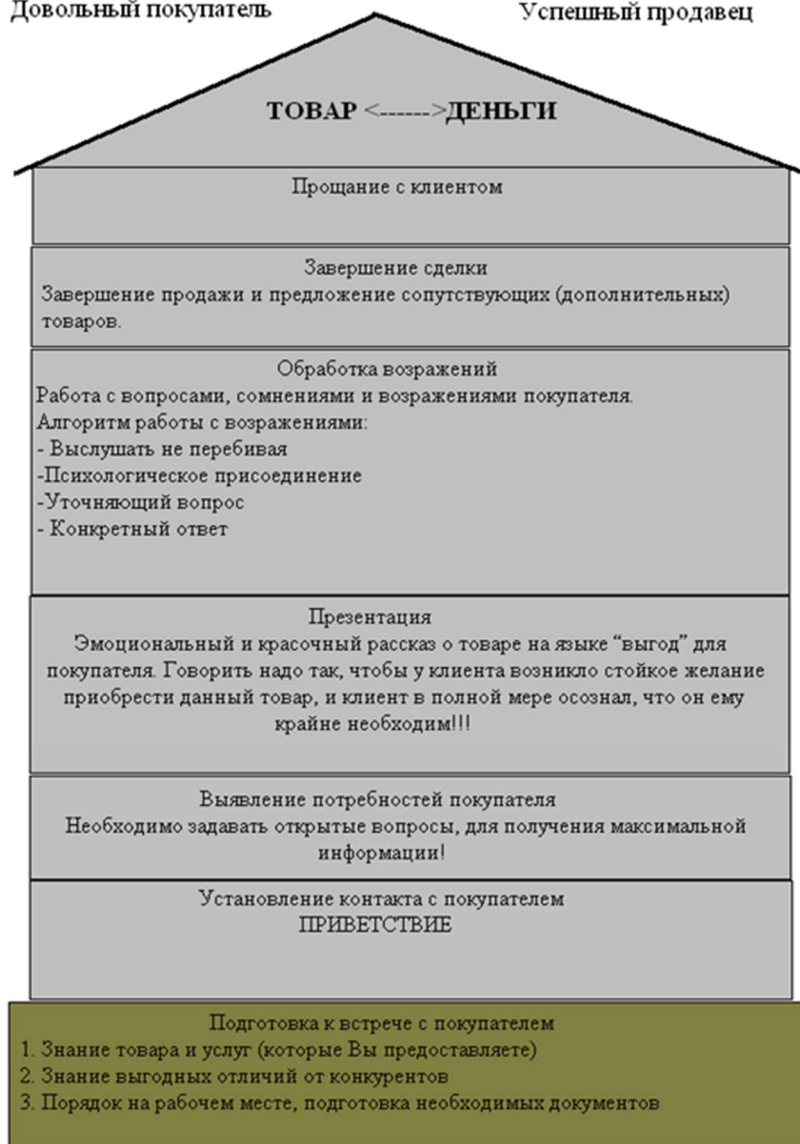
## ВАРИАНТ 13

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Этапы продажи товаров

Довольный покупатель

Успешный продавец



2. Раскройте суть следующих понятий:

**Гастроном** - торговый объект, реализующий в основном продовольственные товары с преобладанием в ассортименте гастрономических товаров, с индивидуальным обслуживанием. Торговая площадь от 200 м<sup>2</sup>.

**тканевая тара** - представлена тканевыми и сетчатыми мешками, паковочными тканями. Мешки изготавливают из льняных, полульняных, льноджутовых, льнокефных, льноджутокефных и других тканей, а также из сетки или гардинного полотна.

#### ВАРИАНТ 14

1. Раскройте суть теоретического вопроса:

Виды запасов и их характеристика

**Материальные запасы** – это находящиеся на разных стадиях производства и обращения продукция производственно-технического назначения, изделия народного потребления и другие товары, ожидающие вступления в процесс личного или производственного потребления.

**Запасы внутрипроизводственные** – запасы, находящиеся на предприятиях всех отраслей сферы материального производства, предназначенные для производственного потребления.

**Цель создания производственных запасов** – обеспечить бесперебойность производственного процесса.

**Запасы товарные** – запасы готовой продукции у предприятий изготовителей, а также

запасы на пути следования товара от поставщика к потребителю, т.е. на предприятиях оптовой, мелкооптовой и розничной торговли, в заготовительных организациях и запасы в пути

*Запасы текущие* – основная часть производственных и товарных запасов. Эта категория запасов обеспечивает непрерывность производственного или торгового процесса между очередными поставками.

*Запасы страховые* – предназначенные для непрерывного обеспечения материалами или товарами производственного или торгового процесса в случае различных непредвиденных обстоятельств.

*Запасы сезонные* – образуются при сезонном характере производства, потребления или транспортировки.

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

внешняя тара - применяется для транспортирования и хранения товаров. К ней относят ящики, бочки, мешки и т. д.

универмаг - торговый объект, реализующий главным образом непродовольственные товары универсального ассортимента различными методами продажи. Торговая площадь от 3500 м<sup>2</sup>.

## ВАРИАНТ 15

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Факторы, влияющие на развитие розничной торговой сети. Виды розничной торговой сети

- социальные (объем доходов населения и покупательского спроса, объем и структура розничного товарооборота и т.д.);
- экономические (развитие производства товаров, транспорта, жилищного строительства, социально-культурной сферы, рыночных отношений и т.д.);
- градостроительные (величина города, численность и плотность населения, размещение предприятий промышленности и социально- культурной сферы и т.д.);
- транспортные (направления и интенсивность транспортных потоков).

Важнейшим признаком классификации объектов розничной торговой сети является организация торгового обслуживания. В зависимости от этого признака розничная торговая сеть делится на стационарную и нестационарную.

*Стационарные торговые объекты* — это торговые объекты, установленные на заглубленных фундаментах и присоединенные к инженерным коммуникациям.

*Магазин* — специально оборудованное стационарное торговое здание или его часть, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и имеющее торговое помещение.

*Торговый центр* — комплекс взаимосвязанных предприятий торговли, общепита и бытового обслуживания.

*Нестационарная торговая сеть* — совокупность нестационарных торговых объектов (без заглубленных фундаментов), независимо от присоединения к инженерным коммуникациям, используемых строительных конструкций и габаритов, в том числе передвижных.

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

Маркетинг - организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товарах и услугах ,

внутренняя тара - поступает к потребителю с продукцией и не представляет собой самостоятельной транспортной единицы. Стоимость потребительской тары — пакетов, коробок, тубов, банок и т. п., как правило, включается в стоимость товара. Она должна быть удобной, дешевой, легкой, оформленной. Ее оформление должно нести большую рекламную и информационную нагрузку.

## ВАРИАНТ 16

### *1. Раскройте суть теоретического вопроса:*

Основные методы продажи товаров

При продаже товаров на торговом объекте используются различные методы обслуживания покупателей, в числе которых следующие :

*Метод самообслуживания* — покупатели имеют открытый доступ к товарам, расположенным на торговом оборудовании, позволяющем покупателям самостоятельно производить выборку товаров. Оплата за товары производится в едином кассовом центре торгового объекта.

*Метод обслуживания через прилавок* — покупатели не имеют непосредственного доступа к товарам — доступ ограничен прилавком и произвести выборку товара покупатели могут только посредством обслуживающего персонала. Расчет производится либо в едином кассовом центре (товар выдается на основании кассового чека), либо непосредственно у прилавка.

*Метод открытой выкладки* — товары выкладываются непосредственно на прилавках, прилавках-холодильниках, корзинах, пр. и покупатель имеет возможность осуществить выборку товаров с помощью продавца, который производит завес (если товар весовой) и оформление покупки.

К числу методов обслуживания покупателей относится и продажа товаров по образцам. Принцип данного метода представляет собой предложение товаров посредством их образцов и заключение купли-продажи на основе ознакомления покупателя с образцами.

*Продажа товаров по заказам.* Ассортимент товаров, реализуемых по заказам, определяет продавец, т.е. магазин. Он обеспечивает необходимой информацией о продавце, о товарах, услугах, ценах и тарифах. Образцы специальной тары, в которую пакуются заказы с указанием её стоимости, должны быть выставлены на обозрение покупателям. Тарифы за услуги и время работы магазина (отдела) устанавливаются продавцом. При продаже товаров по заказам должны соблюдаться правила продажи и санитарные правила. Заказы принимаются от всех граждан лично или по телефону и оформляются на бланках установленной формы в двух экземплярах.

При продаже непродовольственных товаров выписывается дополнительный товарный чек. Оплата производится через контрольно-кассовые машины. Изменение заказа не допускается без согласия покупателя. По просьбе покупателя заказы могут доставляться на дом.

### *2. Раскройте суть следующих понятий:*

торговый центр - совокупность розничных торговых объектов, в которых реализуется универсальный ассортимент товаров и оказывается широкий набор услуг, расположенных на определенной территории, спланированных как единое целое и (или) централизующих функций хозяйственного обслуживания торговой деятельности.,

прямая продажа - это продажа товаров широкого потребления на основе индивидуальных контактов с потребителем. Разновидностью являются личные продажи.

## **ВАРИАНТ 17**

### *1. Раскройте суть теоретического вопроса:*

Товароснабжение розничной торговой сети

*Товароснабжение розничной торговой сети* представляет собой комплекс коммерческих и технологических мероприятий, осуществляемых промышленными, торговыми и транспортными организациями и предприятиями, направленных на доведение товаров от производственных предприятий и оптовых баз до магазинов.

Основными задачами рациональной системы товароснабжения являются:

- обеспечение полноты ассортимента, оптимального уровня и структуры товарных запасов в магазинах;
- повышение экономической эффективности товароснабжения за счет ускорения товарооборачиваемости и сокращения звенности товародвижения;
- обеспечение четкой взаимосвязи технологических процессов в оптовой и

розничной торговле, рационального разделения труда между ними;

- повышение эффективности и достоверности изучения спроса и активное влияние на промышленность;
- применение эффективных систем управления товароснабжением.

Важнейшими принципами рациональной организации и технологии товароснабжения являются плановость, ритмичность, оперативность, централизация, технологичность, экономичность.

Плановость товароснабжения предполагает организацию завоза товаров в соответствии с заданиями по товарообороту, ассортиментным профилем магазина, состоянием товарных запасов.

Ритмичность — осуществление завоза товаров через оптимальные промежутки времени в течение дня, недели, месяца.

Оперативность означает корректировку ритма завоза в зависимости от изменения конъюнктуры рынка (изменение спроса, сезонные, модные колебания и т.д.).

Централизация предполагает организацию товароснабжения силами и средствами поставщиков с тем, чтобы работники розничной торговли не отвлекались на выполнение несвойственных им функций по завозу товаров.

Технологичность товароснабжения означает внедрение наиболее прогрессивных технологических решений на всем пути движения товаров от поставщика до магазина. Важную роль в этом играют применение тары-оборудования, механизация погрузочно-разгрузочных работ, рационализация транспортных средств, тары и упаковки, контейнеризация и пакетирование товаров.

Экономичность товароснабжения характеризуется минимальными расходами на транспортировку, высокой оборачиваемостью товаров, их сохранностью и снижением затрат на реализацию.

*2. Раскройте суть следующих понятий:*

Палатка - сборно-разборная легко возводимая конструкция с прилавком, без торгового зала и места для хранения товарного запаса. Товары завозятся на день торговли и размещаются на рабочем месте продавца,

бизнес-реклама - вид рекламы, ориентированный на узкий круг профессионалов, предназначена для распространения рекламных сообщений среди групп населения, объединенных по общим признакам. Чаще всего распространяется при помощи специализированных изданий

## ВАРИАНТ 18

*1. Раскройте суть теоретического вопроса:*

Торговый зал и виды его планировки

**Торговым залом** является та часть торговой площади, на которой осуществляется продажа товара. Он является основным торговым помещением.

Виды планировки торгового зала. В зависимости от размеров и конфигурации торгового зала, ассортимента реализуемых товаров и метода продажи применяют линейную, боксовую, выставочную, смешанную планировку торгового зала.

*При линейной планировке* расстановка оборудования и проходы для покупателей располагаются в виде параллельных линий, расположенных перпендикулярно линии узла расчета. При этом часть оборудования устанавливается вдоль стен торгового зала, что позволяет с большей эффективностью использовать его площадь. При продаже товаров по методу самообслуживания наиболее рациональна линейная планировка.

Различают три варианта линейной планировки: продольную, поперечную и комбинированную.

*Боксовая планировка* представляет собой разделение торгового зала на изолированные друг от друга отделы (боксы). При этом каждый отдел имеет собственный узел расчета, что делает такую планировку менее удобной для покупателей, совершающих комплексную покупку. Боксовая планировка оправдана при продаже товаров, требующих примерки

(обувь, одежда) или специального отбора (ювелирные изделия и т.п.).

*Выставочная планировка* применяется в магазинах, торгующих по образцам. Ее используют при продаже тканей, обоев, телевизоров и т.д. Товары демонстрируются на стендах, горках, манекенах, расположенных на специально отведенных для их показа площадях.

Смешанная планировка сочетает в себе различные виды планировок. Она используется, как правило, в крупных магазинах, с широким торговым залом (более 24 м), торгующих товарами, требующими различных условий продажи.

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

продажа товаров по заказам - ассортимент товаров, реализуемых по заказам, определяет продавец, т.е. магазин. Он обеспечивает необходимой информацией о продавце, о товарах, услугах, ценах и тарифах. Заказы принимаются от всех граждан лично или по телефону и оформляются на бланках установленной формы в двух экземплярах,

товарный ассортимент - это вся совокупность изделий, выпускаемых предприятием. Она включает различные виды товаров. Вид товара делится на ассортиментные группы (типы) в соответствии с функциональными особенностями, качеством, ценой

## ВАРИАНТ 19

1. *Раскройте суть теоретического вопроса:*

Основные формы продажи товаров

В зависимости от места приобретения товара — в магазине или вне магазина выделяют магазинную и внемагазинную формы розничной продажи товаров.

*Магазинная форма* представляет собой продажу товаров в торговых предприятиях— самообслуживание, через прилавки, салонную, по образцам, по заказам, с открытой выкладкой.

Магазин - специально оборудованное стационарное здание или его часть, предназначенная для продажи товаров и оказания услуг покупателям. Он обеспечен торговыми, административно- бытовыми, подсобными помещениями, для приема, хранения и подготовки товаров к продаже. Магазины составляют около 90% предприятий розничной торговли.

*Внемагазинная форма продажи* осуществляется при прямых контактах или при дистанционной торговле — по почте, по каталогам, интернет-торговля, прямые продажи, через автоматы.

На долю внемагазинной формы, по мнению специалистов, приходится около трети всей розничной торговли товарами смешанного ассортимента. Это связано с тем, что потребители активно используют свои бытовые компьютеры для заказа товаров и получают покупки, не заходя в магазин.

К внемагазинной розничной сети относят: прямую продажу (личная, групповая), продажу с заказом товара по почте или телефону; дистанционную продажу.

Прямая продажа - это продажа товаров широкого потребления на основе индивидуальных контактов с потребителем. Разновидностью являются личные продажи.

Личные продажи (директ сейлс) - это устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями в целях совершения продажи, т.е. на основе индивидуальных контактов с потребителем.

Вне стационарных методов торговли не допускается продажа продовольственных товаров (за исключением мороженого, безалкогольных напитков и пива, кондитерских и хлебобулочных изделий в упаковке изготовителя), лекарственных препаратов, изделий из драгоценных металлов и камней, оружия и патронов.

Под розничной торговлей с заказом товара по почте (посылочная) или по телефону понимают любую деятельность по сбыту без установления личных контактов между продавцами и потребителем.

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

транзитное товароснабжение - такая форма товароснабжения, при которой товар из



производственного предприятия направляется в магазины, минуя склады оптовой и розничной торговли,  
стеклянная тара - используется для затаривания жидких товаров (молока и молочных продуктов, винно-водочных изделий и других продовольственных и промышленных товаров). В зависимости от формы и емкости различают банки, бутылки, баллоны (бутыли) и флаконы.

## ВАРИАНТ 20

### 1. Раскройте суть теоретического вопроса:

Приемка товаров по качеству

Приемка товаров по качеству должна быть проведена в установленные сроки. Если поставщик находится в том же населенном пункте, где расположен магазин, то поступившие от него товары принимают в течение 10 дней (скоропортящиеся - в течение 24 ч) с момента их получения. При иногородней поставке срок приемки товаров составляет 20 дней с момента их поступления, а по скоропортящимся продуктам - остается прежним. В эти же сроки следует составить акты о результатах проверки качества поступивших товаров.

Если при приемке будут обнаружены недоброкачественные или некомплектные товары, то приемку приостанавливают и составляют односторонний акт. В нем указывают количество осмотренных товаров и характер выявленных дефектов. Одновременно надо создать необходимые условия для сохранности поступивших товаров.

Магазин обязан принять на временное хранение недоброкачественные или некомплектные товары до принятия поставщиком решения об их дальнейшем использовании.

Претензия о несоответствии качества (некомплектности) товаров должна быть заявлена поставщику в те же сроки, что и претензия о несоответствии количества товаров. К ней должен быть приложен акт и все другие документы (сопроводительные и т.д.).

Если недоброкачественность обнаружена покупателем, то к акту магазина прикладывают: заявление покупателя с заключением магазина, фабричный ярлык или копию товарного чека и документы, подтверждающие стоимость ремонта

### 2. Раскройте суть следующих понятий:

Гипермаркет - торговый объект, реализующий продовольственные и непродовольственные товары преимущественно по форме самообслуживания. Торговая площадь от 5000 м<sup>2</sup>,

Товародвижение - это процесс реального доведения товаров до потребителя

## ВАРИАНТ 21

### 1. Раскройте суть теоретического вопроса:

Основные виды тары

Деревянная тара наиболее распространена в обращении. Ее изготавливают из древесины различных пород. К этой группе тары относят ящики, бочки и корзины. Ящики бывают дощатые, фанерные и оргалитовые (ДВП). Конструктивными элементами ящиков являются: дно, две головки, две боковины и крышка. Для упаковки промышленных и продовольственных товаров используют плотно сколоченные ящики; для овощей, фруктов, винно-водочных изделий — решетчатые. Различаются они между собой по размерам, назначению, объему древесины, пошедшей на изготовление деталей ящиков, и по другим признакам. Бывают неразборные, разборные и складные ящики. Вместимость их может составлять до 200 кг продукции. Деревянные бочки изготавливают из древесины различных пород. Бочки подразделяются на заливные и сухотарные. В заливные бочки затаривают рыбу в тузлуке, пиво, вина и другие жидкие продукты, в сухотарные бочки — сухие молочные продукты, яичный порошок, сухую краску, замазку и т. п. В днище заливных бочек имеется отверстие для заливки рассола, тузлука и т. п. Деревянные бочки выпускают различной емкости. Например, соки, морсы, коньяки и коньячный спирт, вина затаривают в бочки емкостью от 50 до 600 л; рыбную и плодоовощную продукцию, топленое масло, маргарин — от 15 до 250 л. Сыпучие и пастообразные товары затаривают в фанерные барабаны емкостью от 10 до 100 л. Для сбора, хранения и транспортирования

овощей, фруктов, рыбы и некоторых других продуктов используют прутьяные и драночные корзины. Тара может быть изготовлена из шпона с прослойками эластичной резины. Производство тары из такого материала (резифана) позволяет значительно уменьшить ее собственный вес без снижения показателей прочности и влагостойкости, характерных для деревянной тары. **К картонной таре** относят коробки и ящики. Коробки изготавливают из прессованного картона, ящики — из прессованного и гофрированного. Картонная тара легче деревянной в 2,5-4 раза на единицу затаренной продукции. Для ее изготовления требуется в несколько раз меньше древесной массы. Сырьем для ее изготовления могут служить отходы деловой древесины. Производство картонной тары и процесс ее затаривания легче механизировать. В связи с этим картонная тара все шире применяется для затаривания как промышленных, так и продовольственных товаров.

В зависимости от назначения, конструкции, размеров и некоторых других признаков картонные ящики подразделяются более чем на 10 типов (для кондитерских изделий, для продукции мясной и молочной промышленности и т. д.). Для затаривания сыпучих товаров используется **бумажная тара**. К ней относятся бумажные мешки и пакеты. Мешки подразделяют на битумированные (крафт-мешки), дублированные и влагопрочные. Битумированные мешки пропитывают специальными растворами. Кроме того, по способу изготовления их подразделяют на клеенные и сшитые, с открытой и закрытой горловиной. Для изготовления пакетов используют специальную упаковочную бумагу. **Текстильная тара** в основном представлена тканевыми и сетчатыми мешками, паковочными тканями. Мешки изготавливают из льняных, полульняных, льноджутовых, льнокенафных, льноджутокенафных и других тканей, а также из сетки или гардинного полотна. В зависимости от назначения они делятся на мешки сетчатые из-под картофеля и овощей, мешки тканевые из-под сахара и мешки тканевые из-под хлебопродуктов и семян сельскохозяйственных культур. Как правило, мешки выпускаются вместимостью 50 и 100 кг. Паковочная ткань (хлопчатобумажная или льняная) используется для упаковки тканей, швейных, трикотажных и ковровых изделий, а также других товаров. Транспортирование и хранение жидких, летучих, огнеопасных и других товаров осуществляется в **металлической таре**, к которой относятся бочки, баллоны, барабаны, фляги, банки и канистры. Для их изготовления используют листовую сталь, специальную жель, алюминий. Внутреннюю поверхность металлической тары покрывают специальными лаками или нейтральными металлами, для того чтобы предотвратить ее взаимодействие с пищевыми продуктами.

**Стеклоянная тара** используется для затаривания жидких товаров (молока и молочных продуктов, винно-водочных изделий и других продовольственных и промышленных товаров). В зависимости от формы и емкости различают банки, бутылки, баллоны (бутыли) и флаконы. Товары, затаренные в стеклянную тару, необходимо перевозить и хранить в жесткой транспортной таре и мягких упаковочных материалах. **Керамическая тара** находит ограниченное применение. В основном она используется для затаривания некоторых ликеро-водочных изделий.

**Полимерная тара** получает все более широкое распространение. Она изготавливается из синтетических материалов, которые обладают прочностью, легкостью и хорошо защищают товары от внешних влияний. Она объединяет достаточно разнообразный ассортимент как потребительской, так и транспортной тары. Сюда относятся банки, бутылки, канистры, тубы, коробки, пакеты, ящики и т. п. **Комбинированная тара** получается путем сочетания различных материалов при ее изготовлении. Так, путем комбинации полимерных материалов с бумагой, фольгой, тканью можно получить прочную и красочную упаковку. Одним из признаков классификации тары является ее качество. Например, тканевые мешки в зависимости от их качества делятся на три категории, возвратные деревянные ящики — на две категории и т. д.

2. *Раскройте суть следующих понятий:*

**метод продажи** - это совокупность приемов и способов, с помощью которых магазин

осуществляет продажу товаров покупателям,  
универсальный магазин - торговый объект, реализующий продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные товары массового спроса методом самообслуживания. Торговая площадь от 400 м<sup>2</sup>.

## ВАРИАНТ 22

### 1. Раскройте суть теоретического вопроса:

Товарный ассортимент и его основные характеристики

*Товарный ассортимент* - это вся совокупность изделий, выпускаемых предприятием. Она включает различные виды товаров. Вид товара делится на ассортиментные группы (типы) в соответствии с функциональными особенностями, качеством, ценой. Каждая группа состоит из ассортиментных позиций (разновидностей или марок), которые образуют низшую ступень классификации. Товарный ассортимент включает отдельные виды товаров. Товарный ассортимент характеризуется широтой (количеством ассортиментных групп), глубиной (количеством позиций в каждой ассортиментной группе) и сопоставимостью (соотношением между предлагаемыми ассортиментными группами с точки зрения общности потребителей, конечного использования, каналов распределения и цен).

Товарный ассортимент розничного предприятия по своей структуре отличается от ассортимента оптовой компании именно тем, что он может сочетать в себе разные группы товаров (продукты питания, электроника, мебель, бытовая химия, часы и т.д.), в то время как оптовики имеют в той или иной степени, специализацию.

По широте ассортимент делится на:

- ассортимент широкий (1-100 тыс. наименований);
- ассортимент ограниченный (< 1000 наименований);
- ассортимент узкий (< 200 наименований);
- ассортимент специализированный.

### 2. Раскройте суть следующих понятий:

Упаковка - предметы, материалы и устройства, используемые для обеспечения сохранности товаров и сырья во время перемещения, хранения и использования (тара); также сам процесс и комплекс мероприятий по подготовке предметов к таковому,

покупательский спрос - платежеспособная потребность в товарах и услугах на рынке либо форма проявления той части потребности, которая обеспечена покупательской способностью, другими словами, средствами

### *Тестовые задания*

№ Варианта	Правильный ответ
1	А
2	Г
3	Б
4	А
5	А
6	Б
7	В
8	Б
9	А
10	А
11	Б
12	Б
13	Б
14	А
15	В
16	А
17	Б
18	В
19	Б
20	В
21	В
22	Б
23	А
24	Г
25	Б