

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Саидов Заурбек Асланбекович

Должность: Ректор

Дата подписания: 2025.09.19

Уникальный программный ключ:

2e8339f3ca5e6a5b4531845a12d1bb5d1821f0ab

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Чеченский государственный университет»

им. А.А. Кадырова

Профессиональный колледж

УТВЕРЖДЕН

на заседании ПЦК

«__»_____20__ г., протокол №_____

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.03 «Организация и технологии розничной торговли»

Специальность

38.01.02 Продавец

Квалификация

Продавец-Кассир

Составитель _____ **И.С. Тураев**

Грозный - 2026 г.

ПАСПОРТ

ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

ОП.03 «Организация и технологии розничной торговли»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
1.	Технология розничной торговли.	ОК 03, ОК 04 ПК 1.1 - 1.2, ПК 2.1, ПК 2.3, ПК 3.2 - 3.4		1-я текущая аттестация
2.	Маркетинг в торговле.			
3.	Организация товароснабжения.		Экзамен/зачет	2-я текущая аттестация
4.	Технология хранения, подготовки к продаже, размещения и выкладки.			

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1.	<i>1-я и 2-я текущая аттестация</i>	Средства контроля усвоения учебного материала в виде тестирования обучающихся	Комплект тестов по вариантам к аттестациям
2.	<i>Экзамен/зачет</i>	Итоговая форма оценки знаний	Комплект тестов по вариантам к экзамену/зачету

Образец билета к 1-ой текущей аттестации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по ОП.03 «Организация и технологии розничной торговли»**

**I-аттестация
Вариант № ____**

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										

Вариант №1

1. Что из перечисленного относится к основным функциям розничной торговли?

- а) организация производства товаров;
- б) складирование, хранение товаров;
- в) доставка товаров на рынок;
- г) реализация товаров и услуг конечным потребителям.

2. Что такое маркетинговое исследование в розничной торговле?

- а) изучение анализа потребностей клиентов;
- б) производство розничных товаров;
- в) управление персоналом магазина;
- г) финансовое планирование.

3. Какая стратегия нацелена на предоставление наибольшего ассортимента товаров в розничной торговле?

- а) стратегия цен;
- б) стратегия широкого ассортимента;
- в) стратегия обслуживания;
- г) стратегия сегментации.

4. Как называется процесс выкладки товаров на полки с учетом особенностей спроса?

- а) управление мерчандайзингом;
- б) логистика;
- в) анализ;
- г) брендинг.

- 5. Что из нижеперечисленного относится к основным характеристикам розничной сети?** а) территориальный охват бизнеса;
б) количество сотрудников;
в) разнообразие ассортимента;
г) уровень зарплат.
- 6. Какое из нижеперечисленных мероприятий помогает увеличить продажи в розничной торговле?**
а) оптимизация логистики;
б) организация и проведение акций;
в) сокращение ассортимента;
г) увеличение числа поставщиков.
- 7. Каким термином обозначается система управления запасами в розничной торговле?** а) логистика;
б) управление поставками;
в) система «точно вовремя»;
г) управление закупками
- 8. Что означает термин «инвентаризация» в розничной торговле?**
а) процесс продаж товаров;
б) процесс учета и проверки наличия товаров;
в) выкладка товаров;
г) рекламная кампания.
- 9. Какой фактор влияет на выбор потребителями места покупки товаров?** а) цены;
б) сервис;
в) расположение;
г) все вышеперечисленные.
- 10. Что из нижеперечисленного определяет успех розничного магазина?**
а) управление персоналом;
б) обслуживание клиентов;
в) ассортимент, цены;
г) все перечисленное критерии.

Вариант №2

- 1. Что является основным элементом комплекса маркетинга (4P)?**
а) позиционирование;
б) продукт, цена, продвижение;
в) прогнозирование;
г) проектирование.
- 2. Как называется исследование, направленное на выявление предпочтений и поведения покупателей?**

- а) логистическое исследование;
- б) исследование рынка;
- в) исследование потребительского поведения;
- г) исследование конкурентов.

3. Что такое сегментация рынка?

- а) разделение рынка по территориальному признаку;
- б) определение объема рынка;
- в) разделение покупателей на группы с общими характеристиками;
- г) анализ потребностей отдельных клиентов.

4. Какая стратегия продвижения товаров направлена на создание потребности у покупателей?

- а) прямые продажи;
- б) стратегия «проталкивания»;
- в) стратегия вытягивания спроса;
- г) удержания клиентов.

5. Что относится к инструментам продвижения товаров?

- а) управление персоналом;
- б) реклама, PR, продажи, акции;
- в) производственный процесс;
- г) система складирования.

6. Какой термин описывает уникальную комбинацию факторов, которые отличают товар от конкурентов?

- а) конкурентное преимущество товара;
- б) рыночный охват;
- в) брендинг;
- г) диверсификация;

7. Что из перечисленного является примером ценовой стратегии?

- а) упаковка продукта;
- б) снижение цены для увеличения доли рынка;
- в) промоакции в торговом зале;
- г) улучшение качества товара;

8. Какая форма продвижения товаров предполагает использование скидок и купонов? а) личная продажа;

- б) системы лояльности;
- в) стимулирование сбыта товаров;
- г) паблик рилейшнз.

9. Что из перечисленного характеризует стратегию брендинга?

- а) создание уникального имиджа компании или товара;
- б) регулирование цен на рынке;
- в) оптимизация логистических процессов;

г) проведение инвентаризации.

- 10. Какой из факторов наиболее влияет на выбор покупателем торговой марки?** а) реклама;
б) цена;
в) качество товара;
г) локация.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	г	б
2	а	в
3	б	в
4	а	в
5	а	б
6	б	а
7	в	б
8	б	в
9	г	а
10	г	в

Образец билета ко 2-ой текущей аттестации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по ОП.03 «Организация и технологии розничной торговли»**

**II-аттестация
Вариант № ____**

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										

Вариант №1

1. Что такое товароснабжение?

- а) процесс продаж товаров;
б) процесс доставки товаров до потребителей;

- в) процесс обеспечения торговых предприятий необходимыми товарами для дальнейшей реализации;
- г) процесс проведения маркетинговых исследований.

2. Какие факторы необходимо учитывать при выборе поставщика? а) близость к складу;

- б) разнообразие ассортимента;
- в) репутация на рынке, качество товаров и условия поставки;
- г) уровень цен.

3. Какой метод управления запасами обеспечивает минимизацию издержек?

- а) метод «оптимального запаса»;
- б) метод «точно в срок», при котором товары поставляются по мере необходимости;
- в) метод «безопасного запаса»;
- г) метод «максимального запаса».

4. Какой документ необходим для оформления товарной поставки?

- а) накладная, подтверждающая факт передачи товаров;
- б) транспортная накладная;
- в) квитанция об оплате;
- г) договор аренды.

5. Какой процесс называется управлением цепочками поставок?

- а) логистика, связанная с доставкой товаров;
- б) процесс интеграции всех действий, связанных с движением товаров от производителя до конечного потребителя;
- в) учет товарных запасов;
- г) анализ рынка и конкуренции.

6. Какой из следующих факторов не влияет на качество товароснабжения?

- а) условия хранения товаров;
- б) качество упаковки;
- в) репутация поставщика;
- г) уровень спроса на товар.

7. Какой метод закупки позволяет снизить риски избыточных запасов?

- а) закупка больших партий товаров;
- б) закупка по принципу «точно в срок», когда товары поступают по мере необходимости;
- в) закупка на склад;
- г) закупка с предоплатой.

8. Что такое «безопасный запас»?

- а) запас, необходимый для поддержания операций в период пикового спроса;
- б) запас, который всегда есть на складе;
- в) запас, предназначенный для акций и распродаж;
- г) запас, который не подлежит продаже

9. Какой аспект логистики важен для успешного товароснабжения? а) анализ продаж;
б) эффективное управление запасами товаров;
в) проведение рекламных акций;
г) учет финансовых потоков.

10. Какой процесс помогает оптимизировать взаимодействие с поставщиками?

а) проведение регулярных встреч и аудитов;
б) увеличение числа поставщиков;
в) снижение цен на товары;
г) заключение долгосрочных контрактов.

Вариант №2

1. Какова основная цель технологии хранения товаров?

а) обеспечение максимального пространства для хранения;
б) минимизация затрат на закупку товаров;
в) обеспечение сохранности и доступности товаров для дальнейшей реализации;
г) увеличение разнообразия ассортимента.

2. Что включает в себя процесс подготовки товаров к продаже?

а) упаковка, маркировка и организация выставки товаров;
б) транспортировка товаров от поставщика;
в) составление финансовых отчетов;
г) проведение рекламных акций.

3. Какова важность правильного размещения товаров в торговом зале?

а) это помогает улучшить организацию склада;
б) это позволяет избежать перерасхода товаров;
в) это увеличивает вероятность их покупки, делает их более заметными;
г) это снижает потребность в промоакциях.

4. Какой из методов выкладки товаров наиболее эффективен для стимулирования покупок?

а) выкладка товаров в произвольном порядке;
б) тематическая выкладка, объединяющая товары по категориям или акциям;
в) ротация товаров по срокам годности;
г) размещение всех товаров на нижних полках.

5. Каковы основные факторы, влияющие на технологию хранения товаров?

а) условия окружающей среды, наличие оборудования для хранения и выбор упаковки;
б) количество сотрудников в магазине;
в) доступность рекламных материалов;
г) состояние транспортных средств.

6. Какой подход используется для минимизации потерь при хранении товаров?

а) использование устаревшего оборудования;

- б) контроль качества на всех этапах, начиная от приемки товаров и заканчивая их выкладкой;
- в) размещение товаров в случайном порядке;
- г) уменьшение количества поставщиков.

7. Какое значение имеет правильное освещение при выкладке товаров?

- а) правильное освещение делает товары заманчивыми для покупателей и помогает выделить ключевые позиции;
- б) оно влияет на количество сотрудников в магазине;
- в) оно не влияет на покупательское поведение;
- г) правильное освещение важно только для товаров с высоким ценовым сегментом.

8. Какой метод управления запасами помогает избежать излишков и дефицита товаров? а)

- проведение инвентаризации раз в год;
- б) прогнозирование спроса и управление запасами на основе анализа данных;
- в) снижение цен на товары;
- г) закупка только самых популярных товаров.

9. Каково значение правильной упаковки товаров при подготовке к продаже?

- а) упаковка защищает товары только от механических повреждений;
- б) упаковка не влияет на продажу;
- в) упаковка должна быть всегда однообразной для всех товаров.
- г) правильная упаковка информирует потребителей о характеристиках товара и улучшает его презентацию;

10. Какой аспект выкладки товаров наиболее важен для обеспечения удобства покупателей?

- а) правильная организация пространства, чтобы товары были доступны и видны для покупателей;
- б) использование одинаковых размеров полок для всех товаров;
- в) размещение всех товаров в одной части магазина;
- г) наличие только одного способа выкладки.

Критерии оценивания текущей аттестации:

Количество вопросов	Оценка	
10	5	аттестован
8-9	4	
5-7	3	
0-4	2	не аттестован

Аттестован - выставляется обучающемуся, ответившему правильно на 5-10 вопросов.

Не аттестован - выставляется обучающемуся, который ответил на 4 и менее вопросов.

Отлично - выставляется обучающемуся, ответившему на 10 вопросов.

Хорошо - выставляется обучающемуся, ответившему на 8-9 вопросов.

Удовлетворительно - выставляется обучающемуся, ответившему на 5-7 вопросов.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	в	в
2	в	а
3	б	в
4	а	б
5	б	а
6	г	б
7	б	а
8	а	б
9	б	г
10	а	а

Образец билета к зачету

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по ОП.03 «Организация и технологии розничной торговли»**

**Зачет
Вариант № ____**

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										
№ вопроса	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ										

Вариант №1

1. Что из перечисленного относится к основным функциям розничной торговли?

- а) организация производства товаров;
- б) складирование, хранение товаров;
- в) доставка товаров на рынок;
- г) реализация товаров конечным потребителям.

2. Что такое маркетинговое исследование в розничной торговле?

- а) изучение анализа потребностей клиентов;
- б) производство розничных товаров;
- в) управление персоналом магазина;
- г) финансовое планирование.

3. Какая стратегия нацелена на предоставление наибольшего ассортимента товаров в розничной торговле?

- а) стратегия цен;
- б) стратегия широкого ассортимента;
- в) стратегия обслуживания;
- г) стратегия сегментации.

4. Как называется процесс выкладки товаров на полки с учетом особенностей спроса?

- а) управление мерчандайзингом;
- б) логистика;
- в) анализ;
- г) брендинг.

5. Что из нижеперечисленного относится к основным характеристикам розничной сети? а)

- а) территориальный охват бизнеса;
- б) количество сотрудников;
- в) разнообразие ассортимента;
- г) уровень зарплат.

6. Какое из нижеперечисленных мероприятий помогает увеличить продажи в розничной торговле?

- а) оптимизация логистики;
- б) организация и проведение акций;
- в) сокращение ассортимента;
- г) увеличение числа поставщиков.

7. Каким термином обозначается система управления запасами в розничной торговле? а)

- а) логистика;
- б) управление поставками;
- в) система «точно вовремя»;
- г) управление закупками.

8. Что означает термин «инвентаризация» в розничной торговле?

- а) процесс продаж товаров;
- б) процесс учета и проверки наличия товаров;
- в) выкладка товаров;
- г) рекламная кампания.

9. Какой фактор влияет на выбор потребителями места покупки товаров? а) цены;

- б) сервис;
- в) расположение;
- г) все вышеперечисленные.

д) 10. Что из нижеперечисленного определяет успех розничного магазина?

- а) управление персоналом;
- б) обслуживание клиентов;
- в) ассортимент, цены;
- г) все перечисленные критерии.

11. Что является основным элементом комплекса маркетинга (4P)?

- а) позиционирование;
- б) продукт, цена, продвижение;
- в) прогнозирование;
- г) проектирование.

12. Как называется исследование, направленное на выявление предпочтений и поведения покупателей?

- а) логистическое исследование;
- б) исследование рынка;
- в) исследование потребительского поведения;

г) исследование конкурентов.

13. Что такое сегментация рынка?

- а) разделение рынка по территориальному признаку;
- б) определение объема рынка;
- в) разделение покупателей на группы с общими характеристиками;
- г) анализ потребностей отдельных клиентов.

14. Какая стратегия продвижения товаров направлена на создание потребности у покупателей?

- а) прямые продажи;
- б) стратегия «проталкивания»;
- в) стратегия вытягивания спроса;
- г) удержания клиентов.

15. Что относится к инструментам продвижения товаров?

- а) управление персоналом;
- б) реклама, PR, продажи, акции;
- в) производственный процесс;
- г) система складирования.

16. Какой термин описывает уникальную комбинацию факторов, которые отличают товар от конкурентов?

- а) конкурентное преимущество товара;
- б) рыночный охват;
- в) брендинг;
- г) диверсификация;

17. Что из перечисленного является примером ценовой стратегии?

- а) упаковка продукта;
- б) снижение цены для увеличения доли рынка;
- в) промоакции в торговом зале;
- г) улучшение качества товара;

18. Какая форма продвижения товаров предполагает использование скидок и купонов? а)

- личная продажа;
- б) системы лояльности;
- в) стимулирование сбыта товаров;
- г) паблик рилейшнз.

19. Что из перечисленного характеризует стратегию брендинга?

- а) создание уникального имиджа компании или товара;
- б) регулирование цен на рынке;
- в) оптимизация логистических процессов;
- г) проведение инвентаризации.

20. Какой из факторов наиболее влияет на выбор покупателем торговой марки? а) реклама;

- б) цена;
- в) качество товара;
- г) локация.

Вариант №2

1. Что такое товароснабжение?

- а) процесс продаж товаров;
- б) процесс доставки товаров до потребителей;
- в) процесс обеспечения торговых предприятий необходимыми товарами для реализации;
- г) процесс проведения маркетинговых исследований.

2. Какие факторы необходимо учитывать при выборе поставщика?

- а) близость к складу;
- б) разнообразие ассортимента;
- в) репутация на рынке, качество товаров и условия поставки;
- г) уровень цен.

3. Какой метод управления запасами обеспечивает минимизацию издержек?

- а) метод «оптимального запаса»;
- б) метод «точно в срок», где товары поставляются по мере необходимости;
- в) метод «безопасного запаса»;
- г) метод «максимального запаса».

4. Какой документ необходим для оформления товарной поставки?

- а) накладная, подтверждающая факт передачи товаров;
- б) транспортная накладная;
- в) квитанция об оплате;
- г) договор аренды.

5. Какой процесс называется управлением цепочками поставок?

- а) логистика, связанная с доставкой товаров;
- б) процесс интеграции действий, связанных с движением товаров от производителя до потребителя;
- в) учет товарных запасов;
- г) анализ рынка и конкуренции.

6. Какой из следующих факторов не влияет на качество товароснабжения?

- а) условия хранения товаров;
- б) качество упаковки;
- в) репутация поставщика;
- г) уровень спроса на товар.

7. Какой метод закупки позволяет снизить риски избыточных запасов?

- а) закупка больших партий товаров;
- б) закупка по принципу «точно в срок», когда товары поступают по мере необходимости;
- в) закупка на склад;
- г) закупка с предоплатой.

8. Что такое «безопасный запас»?

- а) запас, необходимый для поддержания операций в период пикового спроса;
- б) запас, который всегда есть на складе;
- в) запас, предназначенный для акций и распродаж;
- г) запас, который не подлежит продаже.

9. Какой аспект логистики важен для успешного товароснабжения?

- а) анализ продаж;
- б) эффективное управление запасами товаров;
- в) проведение рекламных акций;
- г) учет финансовых потоков.

10. Какой процесс помогает оптимизировать взаимодействие с поставщиками?

- а) проведение регулярных встреч и аудитов;
- б) увеличение числа поставщиков;
- в) снижение цен на товары;
- г) заключение долгосрочных контрактов.

11. Какова основная цель технологии хранения товаров?

- а) обеспечение максимального пространства для хранения;
- б) минимизация затрат на закупку товаров;
- в) обеспечение сохранности и доступности товаров для реализации;
- г) увеличение разнообразия ассортимента.

12. Что включает в себя процесс подготовки товаров к продаже?

- а) упаковка, маркировка и организация выставки товаров;
- б) транспортировка товаров от поставщика;
- в) составление финансовых отчетов;
- г) проведение рекламных акций.

13. Какова важность правильного размещения товаров в торговом зале?

- а) это помогает улучшить организацию склада;
- б) это позволяет избежать перерасхода товаров;
- в) это увеличивает вероятность их покупки, делает их более заметными;
- г) это снижает потребность в промоакциях.

14. Какой из методов выкладки товаров наиболее эффективен для стимулирования покупок?

- а) выкладка товаров в произвольном порядке;
- б) тематическая выкладка, объединяющая товары по категориям или акциям;
- в) ротация товаров по срокам годности;
- г) размещение всех товаров на нижних полках.

15. Каковы основные факторы, влияющие на технологию хранения товаров?

- а) условия окружающей среды, наличие оборудования для хранения и выбор упаковки;
- б) количество сотрудников в магазине;
- в) доступность рекламных материалов;

г) состояние транспортных средств.

16. Какой подход используется для минимизации потерь при хранении товаров?

- а) использование устаревшего оборудования;
- б) контроль качества на всех этапах, начиная от приемки товаров и заканчивая их выкладкой;
- в) размещение товаров в случайном порядке;
- г) уменьшение количества поставщиков.

17. Какое значение имеет правильное освещение при выкладке товаров?

- а) правильное освещение делает товары более заманчивыми для покупателей и помогает выделить ключевые позиции;
- б) оно влияет на количество сотрудников в магазине;
- в) оно не влияет на покупательское поведение;
- г) правильное освещение важно только для товаров с высоким ценовым сегментом.

18. Какой метод управления запасами помогает избежать излишков и дефицита товаров? а)

- проведение инвентаризации раз в год;
- б) прогнозирование спроса и управление запасами на основе анализа данных; в)
- снижение цен на товары;
- г) закупка только самых популярных товаров.

19. Каково значение правильной упаковки товаров при подготовке к продаже?

- а) упаковка защищает товары только от механических повреждений;
- б) упаковка не влияет на продажу;
- в) упаковка должна быть всегда однообразной для всех товаров;
- г) правильная упаковка информирует потребителей о характеристиках товара и улучшает его презентацию.

20. Какой аспект выкладки товаров наиболее важен для обеспечения удобства покупателей?

- а) правильная организация пространства, чтобы товары были доступны и видны для покупателей;
- б) использование одинаковых размеров полок для всех товаров;
- в) размещение всех товаров в одной части магазина;
- г) наличие только одного способа выкладки.

Критерии оценивания зачета:

Количество вопросов	Оценка	
18-20	5	зачтено
15-17	4	
10-14	3	
0-9	2	не зачтено

Зачтено - выставляется обучающемуся, ответившему правильно на 10-20 вопросов.

Не зачтено - выставляется обучающемуся, который ответил на 9 и менее вопросов.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	Г	В
2	а	В
3	б	б
4	а	а
5	а	б
6	б	Г
7	в	б
8	б	а
9	Г	б
10	Г	а
11	б	В
12	В	а
13	В	В
14	В	б
15	б	а
16	а	б
17	б	а
18	в	б
19	а	Г
20	В	а

Образец билета к экзамену

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по ОП.03 «Организация и технологии розничной торговли»**

**Экзамен
Вариант № ____**

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										
№ вопроса	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ										

Вариант №1

10. Что из перечисленного относится к основным функциям розничной торговли?

- а) организация производства товаров;
- б) складирование, хранение товаров;
- в) доставка товаров на рынок;
- г) реализация товаров конечным потребителям.

11. Что такое маркетинговое исследование в розничной торговле?

- а) изучение анализа потребностей клиентов;
- б) производство розничных товаров;
- в) управление персоналом магазина;
- г) финансовое планирование.

12. Какая стратегия нацелена на предоставление наибольшего ассортимента товаров в розничной торговле?

- а) стратегия цен;
- б) стратегия широкого ассортимента;
- в) стратегия обслуживания;
- г) стратегия сегментации.

13. Как называется процесс выкладки товаров на полки с учетом особенностей спроса?

- а) управление мерчандайзингом;
- б) логистика;
- в) анализ;
- г) брендинг.

14. Что из нижеперечисленного относится к основным характеристикам розничной сети?

- а) территориальный охват бизнеса;
- б) количество сотрудников;
- в) разнообразие ассортимента;
- г) уровень зарплат.

15. Какое из нижеперечисленных мероприятий помогает увеличить продажи в розничной торговле?

- а) оптимизация логистики;
- б) организация и проведение акций;
- в) сокращение ассортимента;
- г) увеличение числа поставщиков.

16. Каким термином обозначается система управления запасами в розничной торговле?

- а) логистика;
- б) управление поставками;
- в) система «точно вовремя»;
- г) управление закупками.

17. Что означает термин «инвентаризация» в розничной торговле?

- а) процесс продаж товаров;
- б) процесс учета и проверки наличия товаров;
- в) выкладка товаров;
- г) рекламная кампания.

18. Какой фактор влияет на выбор потребителями места покупки товаров? а) цены;

- б) сервис;
- в) расположение;
- г) все вышеперечисленные.

д) 10. Что из нижеперечисленного определяет успех розничного магазина?

- а) управление персоналом;
- б) обслуживание клиентов;
- в) ассортимент, цены;
- г) все перечисленные критерии.

21. Что является основным элементом комплекса маркетинга (4P)?

- а) позиционирование;
- б) продукт, цена, продвижение;
- в) прогнозирование;
- г) проектирование.

22. Как называется исследование, направленное на выявление предпочтений и поведения покупателей?

- а) логистическое исследование;
- б) исследование рынка;
- в) исследование потребительского поведения;

г) исследование конкурентов.

23. Что такое сегментация рынка?

- а) разделение рынка по территориальному признаку;
- б) определение объема рынка;
- в) разделение покупателей на группы с общими характеристиками;
- г) анализ потребностей отдельных клиентов.

24. Какая стратегия продвижения товаров направлена на создание потребности у покупателей?

- а) прямые продажи;
- б) стратегия «проталкивания»;
- в) стратегия вытягивания спроса;
- г) удержания клиентов.

25. Что относится к инструментам продвижения товаров?

- а) управление персоналом;
- б) реклама, PR, продажи, акции;
- в) производственный процесс;
- г) система складирования.

26. Какой термин описывает уникальную комбинацию факторов, которые отличают товар от конкурентов?

- а) конкурентное преимущество товара;
- б) рыночный охват;
- в) брендинг;
- г) диверсификация;

27. Что из перечисленного является примером ценовой стратегии?

- а) упаковка продукта;
- б) снижение цены для увеличения доли рынка;
- в) промоакции в торговом зале;
- г) улучшение качества товара;

28. Какая форма продвижения товаров предполагает использование скидок и купонов? а)

- личная продажа;
- б) системы лояльности;
- в) стимулирование сбыта товаров;
- г) паблик рилейшнз.

29. Что из перечисленного характеризует стратегию брендинга?

- а) создание уникального имиджа компании или товара;
- б) регулирование цен на рынке;
- в) оптимизация логистических процессов;
- г) проведение инвентаризации.

30. Какой из факторов наиболее влияет на выбор покупателем торговой марки? а) реклама;

- б) цена;
- в) качество товара;
- г) локация.

Вариант №2

21. Что такое товароснабжение?

- а) процесс продаж товаров;
- б) процесс доставки товаров до потребителей;
- в) процесс обеспечения торговых предприятий необходимыми товарами для реализации;
- г) процесс проведения маркетинговых исследований.

22. Какие факторы необходимо учитывать при выборе поставщика?

- а) близость к складу;
- б) разнообразие ассортимента;
- в) репутация на рынке, качество товаров и условия поставки;
- г) уровень цен.

23. Какой метод управления запасами обеспечивает минимизацию издержек?

- а) метод «оптимального запаса»;
- б) метод «точно в срок», где товары поставляются по мере необходимости;
- в) метод «безопасного запаса»;
- г) метод «максимального запаса».

24. Какой документ необходим для оформления товарной поставки?

- а) накладная, подтверждающая факт передачи товаров;
- б) транспортная накладная;
- в) квитанция об оплате;
- г) договор аренды.

25. Какой процесс называется управлением цепочками поставок?

- а) логистика, связанная с доставкой товаров;
- б) процесс интеграции действий, связанных с движением товаров от производителя до потребителя;
- в) учет товарных запасов;
- г) анализ рынка и конкуренции.

26. Какой из следующих факторов не влияет на качество товароснабжения?

- а) условия хранения товаров;
- б) качество упаковки;
- в) репутация поставщика;
- г) уровень спроса на товар.

27. Какой метод закупки позволяет снизить риски избыточных запасов?

- а) закупка больших партий товаров;
- б) закупка по принципу «точно в срок», когда товары поступают по мере необходимости;
- в) закупка на склад;
- г) закупка с предоплатой.

28. Что такое «безопасный запас»?

- а) запас, необходимый для поддержания операций в период пикового спроса;
- б) запас, который всегда есть на складе;
- в) запас, предназначенный для акций и распродаж;
- г) запас, который не подлежит продаже.

29. Какой аспект логистики важен для успешного товароснабжения? а) анализ продаж;

- б) эффективное управление запасами товаров;
- в) проведение рекламных акций;
- г) учет финансовых потоков.

30. Какой процесс помогает оптимизировать взаимодействие с поставщиками?

- а) проведение регулярных встреч и аудитов;
- б) увеличение числа поставщиков;
- в) снижение цен на товары;
- г) заключение долгосрочных контрактов.

31. Какова основная цель технологии хранения товаров?

- а) обеспечение максимального пространства для хранения;
- б) минимизация затрат на закупку товаров;
- в) обеспечение сохранности и доступности товаров для реализации;
- г) увеличение разнообразия ассортимента.

32. Что включает в себя процесс подготовки товаров к продаже?

- а) упаковка, маркировка и организация выставки товаров;
- б) транспортировка товаров от поставщика;
- в) составление финансовых отчетов;
- г) проведение рекламных акций.

33. Какова важность правильного размещения товаров в торговом зале?

- а) это помогает улучшить организацию склада;
- б) это позволяет избежать перерасхода товаров;
- в) это увеличивает вероятность их покупки, делает их более заметными;
- г) это снижает потребность в промоакциях.

34. Какой из методов выкладки товаров наиболее эффективен для стимулирования покупок?

- а) выкладка товаров в произвольном порядке;
- б) тематическая выкладка, объединяющая товары по категориям или акциям;
- в) ротация товаров по срокам годности;
- г) размещение всех товаров на нижних полках.

35. Каковы основные факторы, влияющие на технологию хранения товаров?

- а) условия окружающей среды, наличие оборудования для хранения и выбор упаковки;
- б) количество сотрудников в магазине;
- в) доступность рекламных материалов;

г) состояние транспортных средств.

36. Какой подход используется для минимизации потерь при хранении товаров?

- а) использование устаревшего оборудования;
- б) контроль качества на всех этапах, начиная от приемки товаров и заканчивая их выкладкой;
- в) размещение товаров в случайном порядке;
- г) уменьшение количества поставщиков.

37. Какое значение имеет правильное освещение при выкладке товаров?

- а) правильное освещение делает товары более заманчивыми для покупателей и помогает выделить ключевые позиции;
- б) оно влияет на количество сотрудников в магазине;
- в) оно не влияет на покупательское поведение;
- г) правильное освещение важно только для товаров с высоким ценовым сегментом.

38. Какой метод управления запасами помогает избежать излишков и дефицита товаров? а)

- проведение инвентаризации раз в год;
- б) прогнозирование спроса и управление запасами на основе анализа данных; в)
- снижение цен на товары;
- г) закупка только самых популярных товаров.

39. Каково значение правильной упаковки товаров при подготовке к продаже?

- а) упаковка защищает товары только от механических повреждений;
- б) упаковка не влияет на продажу;
- в) упаковка должна быть всегда однообразной для всех товаров;
- г) правильная упаковка информирует потребителей о характеристиках товара и улучшает его презентацию.

40. Какой аспект выкладки товаров наиболее важен для обеспечения удобства покупателей?

- а) правильная организация пространства, чтобы товары были доступны и видны для покупателей;
- б) использование одинаковых размеров полок для всех товаров;
- в) размещение всех товаров в одной части магазина;
- г) наличие только одного способа выкладки.

Критерии оценивания экзамена:

Количество вопросов	Оценка	
18-20	5	зачтено
15-17	4	
10-14	3	
0-9	2	не зачтено

Отлично - выставляется обучающемуся, ответившему на 18-20 вопросов.

Хорошо - выставляется обучающемуся, ответившему на 15-17 вопросов.

Удовлетворительно - выставляется обучающемуся, ответившему на 10-14 вопросов.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	Г	В
2	а	В
3	б	б
4	а	а
5	а	б
6	б	Г
7	В	б
8	б	а
9	Г	б
10	Г	а
11	б	В
12	В	а
13	В	В
14	В	б
15	б	а
16	а	б
17	б	а
18	В	б
19	а	Г
20	В	а