

K základním funkcím obchodu patří:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. zajišťování platební způsobilosti zákazníků
- b. řízení inovací
- c. úprava cenové politiky
- d. kvalitativní rozvoj území
- e. spotřebitelská výchova

Správná odpověď: a)

K významným důvodům firmy pro zahájení procesu internacionalizace patří:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. zavedení dovozních omezení
- b. nasycení trhů sousedních zemí
- c. zvýšení poptávky po komplementech
- d. odbytové obtíže na původním tuzemském trhu
- e. zavedení vývozních cel

Správná odpověď: d)

Diskontní prodejna je charakterizována:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. nabídkou potravin v obslužných úsecích
- b. hlubokými odbornými znalostmi personálu
- c. velkou šířkou a hloubkou sortimentu
- d. důrazem na minimální provozní náklady
- e. pultovým prodejem

Správná odpověď: d)

Družstvo je:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. mezinárodní organizace pro spolupráci sociálních partnerů
- b. společenství spolupracujících osob
- c. forma korporace
- d. forma přeshraniční spolupráce mikroregionů
- e. sdružení členů státních zemědělských podniků

Správná odpověď: c)

Typem elektronického obchodu dle subjektů není:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. C2B
- b. C2C
- c. B2B
- d. B2C
- e. C2G

Správná odpověď: e)

Dispoziční řešení prodejny:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. může vést k nucenému pohybu v prodejně
- b. vždy vylučuje jak volný pohyb osob, tak nucený pohyb osob v prodejně
- c. vždy vylučuje volný pohyb osob v prodejně
- d. vždy vylučuje nucený pohyb osob v prodejně
- e. ani jedna z výše uvedených možností

Správná odpověď: a)

Pro označení zboží menších rozměrů ve spotřebitelském obalu se používá:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. EAN-13
- b. GS1 DataBar (EAN-8)
- c. ITF-14
- d. CODE-128
- e. Code 2/5

Správná odpověď: b)

Pro vlastní značky obchodníků platí, že:

- a. se nepoužívá objektivní a subjektivní metoda měření důvěry těchto značek
- b. jsou používány pouze maloobchodníky, nikoliv velkoobchodníky
- c. nejsou používány maloobchodním řetězcem Globus
- d. se v České republice nevyskytují
- e. jsou také nazývány privátní značky

Správná odpověď: e)

V souvislosti s vlivy působícími na výkon zaměstnanců v obchodě platí, že:

- a. objektivní vlivy v sobě zahrnují např. cenu zboží, sortiment zboží, forma prodeje atd.
- b. subjektivní vlivy jsou pracovní podmínky, předpisy a obchodní zvyklosti, struktura zaměstnanců
- c. existují pouze smíšené vlivy
- d. žádné vlivy neexistují
- e. souvisí se skutečně odpracovanými dny

Správná odpověď: a)

Co není součástí školicího a výcvikového programu určeného pro prodejce?

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. informace o produktech podniku
- b. informace o podniku – cíle, politika a organizace
- c. informace o organizaci práce a příprava zprávy
- d. případová studie
- e. informace o konkurentech a jejich produktech

Správná odpověď: d)

Mezi přímé neosobní prodejní cesty patří:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. prodej po internetu
- b. obchodní zástupci
- c. železniční doprava
- d. letecká doprava
- e. osobní jednání se zástupcem velkoobchodu

Správná odpověď: a)

Nástroje marketingového mixu 4P jsou:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. produkt, cena, místo (distribuce), promotion (podpora produktu)
- b. produkt, lidé, místo (distribuce), promotion
- c. značka, produkt, cena, místo (distribuce)
- d. produkt, cena, místo (distribuce), podpora prodeje
- e. produkt, cena, místo (distribuce), reklama

Správná odpověď: a)

Z pohledu marketingu jsou nediferencované produkty chápány jako produkty, které se:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. Neodlišují značkou
- b. Odlišují tvarem
- c. Odlišují značkou
- d. Odlišují podle cílové skupiny (věk, pohlaví apod.)
- e. Odlišují pouze charakterem

Správná odpověď: a)

Co nepatří mezi části marketingového informačního systému?

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. zpravodajský informační systém
- b. marketingový systém pro podporu rozhodování
- c. explorační informační systém
- d. marketingový výzkumný systém
- e. interní informační systém

Správná odpověď: c)

Pod pojmem tranzitivní ekonomiky se v minulosti ukrývaly ekonomiky:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. nejchudších zemí světa
- b. zemí střední a východní Evropy
- c. zemí jižní Evropy
- d. rozvojových zemí
- e. rozvinutých zemí

Správná odpověď: b)

Kolik zemí EU zahrnuje v současnosti Eurozóna:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a. 28
- b. 18
- c. 27
- d. 19
- e. 12

Správná odpověď: d)

Z jakých zdrojů není možné čerpat informace pro hodnocení prodeje?

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a) od samotného prodejce
- b) od vedení prodeje, které vyplývají z kontrol svých podřízených v praxi
- c) od samotných zákazníků
- d) z analýzy trhu
- e) ze záznamů samotné firmy – o hodnotách předcházejících prodejů, dosaženém počtu návštěv, výši nákladů atd.

Správná odpověď: d)

Kdy se e-aukce nepoužije? Když:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a) jsou předpokládané úspory z e-aukce větší než náklady
- b) je dostatečně atraktivní velikost poptávaného nákupu
- c) se jedná o nákup myšlenek
- d) je možné vybírat dodavatele k delšímu vztahu
- e) je potřeba ušetřit čas

Správná odpověď: c)

Mezi klasické modely nákupního chování organizací patří:

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a) Model Woodsida a Vyase
- b) Moelerův model
- c) Model Robinsona a Farise
- d) Dyadický model
- e) Interakční model

Správná odpověď: c)

Co zahrnuje trh obchodníků?

Vyberte jednu z nabízených možností:

- a) pouze velkoobchody
- b) pouze maloobchody
- c) velkoobchody i maloobchody
- d) velkoobchody i maloobchody a kromě toho ještě státní instituce
- e) velkoobchody i maloobchody a také výrobní podniky

Správná odpověď: c)