

1. Napište pojem, který znamená vymezení orientace obchodní organizace a její budoucí směr vývoje.
2. Jak se nazývá strategie rozšiřování maloobchodních aktivit při důsledném přizpůsobování sortimentu, služeb i svého chování na trhu místním podmínkám.
3. Jak označujeme jednu ze základních fází organizačního vývoje maloobchodní organizace, ve které začínající obchodník pracuje sám s několika spolupracovníky s maximálním pracovním nasazením a zajímá se o to nejzákladnější, tedy kde nakoupit, a kolik je třeba prodat. Organizace v této fázi roste díky kreativitě.
4. Jak nazýváme systém, který představuje pohyblivou mzdu ovlivněnou výší dosahovaného výkonu. Obvykle jej vyjadřujeme procentem z dosaženého obrátu.
5. Napište, o jaký marketing se jedná, když hovoříme o marketingu 1,0, jehož cílem je nalezení takového množství zákazníků, jak je to jen možné.
6. Jak nazýváme typ koordinace, označující nedohodnutá opatření, při nichž nejsou vymezena práva a povinnosti zúčastněných. Do tohoto typu koordinace zařazujeme přirozenou dělbu trhu, sortimentu, časovou koordinaci a cenové vedení.
7. Jak se nazývají testy, který slouží ke sladění činností na prodejně s návštěvností (frekvencí) zákazníků, které nás informují o příchodu zákazníků na prodejnu v určitých časových intervalech, obvykle v jednotlivých hodinách a dnech týdne.
8. Jak nazýváme fázi vývoje, při které jde o to být ziskovou firmou, důraz se klade na produktivitu práce vytvářením štíhlé organizace a doladováním formátů. Této fázi vývoje předcházejí fáze dětství, mládí a dospívání. (poslední fáze je pak zralost)
9. Napište pojem, který vyjadřuje počet obyvatel na 1 pracovníka v obchodě nebo počet pracovníků v obchodě na 1 000 obyvatel. Tento ukazatel se vymezuje místně, časově i sortimentně.
10. Jak nazýváme druh kooperace, při kterém dochází ke spolupráci obchodních firem na stejné úrovni logistického pohybu zboží v určité lokalitě s cílem zvýšit přitažlivost prodejního místa. Tato kooperace může probíhat na úrovni maloobchodu a velkoobchodu, ale také na úrovni výroby jako tzv. Factory Outlet Centra.
11. Jak jinak nazýváme studii pracovních cest, zachycující pohyb zaměstnanců, zboží i zákazníků po prodejně.
12. Napište pojem, který vyjadřuje eliminaci podnikatelského rizika prostřednictvím portfoliového přístupu v zájmu rozložení rizika do různých činností.
13. Jak lze jinak nazvat strategii dělej to ve velkém.