

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 15.10.2024 11:34:46

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f16c8c5199

Приложение 6

к основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение направленность (профиль) программы Товарная экспертиза, оценочная деятельность и управление качеством

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра торговли и общественного питания

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Управление торговой и экспертной организацией

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) программы

Товарная экспертиза, оценочная деятельность и управление качеством

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Год начала подготовки 2022

Краснодар - 2021 г.

Составитель:

к.э.н., доцент кафедры торговли и
общественного питания

М.А. Дубинина

Оценочные материалы одобрены на заседании кафедры торговли и
общественного питания_протокол № 1 от 30.08.2021 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «Управление торговой и экспертной организацией»

ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)	Наименование контролируемых разделов и тем
ПК-2. Способен выявлять и анализировать причины снижения качества продукции и разрабатывать предложения по их устранению	ПК-2.3 Выполняет работы по совершенствованию функционирования внутренней системы менеджмента качества (управления качеством) в организации	ПК-2.3. 3-2 ПК-2.3. У-2	Тема 1. Концептуальные основы управления торговой и экспертной деятельностью Тема 2. Система менеджмента качества в торговых и экспертных организациях Тема 4. Маркетинговые решения торговых и экспертных организаций
ПК-4. Способен разрабатывать мероприятия по предотвращению выпуска, поставки и реализации продукции, не соответствующей требованиям технических регламентов, стандартов (технических условий), утвержденным образцам (эталонам) и технической документации, условиям поставок и договоров	ПК-4.1. Проводит исследование заключений по поступающим претензиям и рекламациям и выявленным дефектам, вызывающим ухудшение качественных и количественных показателей продукции	ПК-4.1. 3-1 ПК-4.1. 3-3 ПК-4.1. У-1 ПК-4.1. У-2	Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях
	ПК-4.2. Составляет локальные нормативные акты, документы и отчеты о предотвращении выпуска, поставки и реализации продукции, не соответствующей требованиям технических регламентов, стандартов (технических условий), утвержденным образцам (эталонам) и технической документации, условиям поставок и договоров	ПК-4.2. 3-2 ПК-4.2. У-1	Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли
ПК-6. Способен организовывать и управлять закупкой и поставкой товаров, осуществлять связи с поставщиками	ПК-6.1. Анализирует коммерческие предложения и выбирает поставщиков товаров с учетом требований к качеству и безопасности, тенденций спроса, моды и новых технологий	ПК-6.1. 3-1 ПК-6.1. 3-2 ПК-6.1. У-1 ПК-6.1. У-2	Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли
	ПК-6.2. Организует закупку и поставку продукции, контролирует выполнение договорных обязательств, повышает эффективность торгово-закупочной деятельности	ПК-6.2. 3-1 ПК-6.2. 3-2 ПК-6.2. У-1 ПК-6.2. У-2	Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях
ПК-7. Способен организовывать и управлять процессами транспортирования,	ПК-7.1. Умеет проводить приемку продукции по количеству, качеству и комплектности, устанавливать соответствие ее качества и безопасности требованиям	ПК-7.1. 3-1 ПК-7.1. 3-2 ПК-7.1. У-1 ПК-7.1. У-2	Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях

хранения, приемки и реализации продукции	технических регламентов, стандартов и другим документам		
	ПК-7.2 Осуществляет контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации продукции, правил их выкладки в местах продажи	ПК-7.2. 3-1 ПК-7.2. У-1	Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях
	ПК-7.3 Работает с товаросопроводительными документами, контролирует выполнение условий и сроков поставки, оформляет документацию по учету торговых операций, проводит инвентаризацию товарно-материальных ценностей	ПК-7.3. 3-1 ПК-7.3. 3-2 ПК-7.3. У-1 ПК-7.3. У-2	Тема 1. Концептуальные основы управления торговой и экспертной деятельностью Тема 7. Управление персоналом торговых и экспертных организаций
	ПК-7.4 Осуществляет эксплуатацию торгово-технологического оборудования и организует метрологический контроль	ПК-7.4. 3-1 ПК-7.4. У-1	Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях (опрос)

по теме 1 «Концептуальные основы управления торговой и экспертной деятельностью»
Индикаторы достижения: ПК-2.3; ПК-7.3

1. Какова социально-экономическая сущность внутренней торговли?
2. Дайте пояснения, роль торговли в организации товарообмена на потребительском рынке.
3. Раскройте концептуальные основы формирования основных оптовых структур на потребительском рынке.
4. В чем заключается диверсификация деятельности предприятий торговли?
5. Назовите макроэкономические функции торговли.
6. Перечислите признаки и укажите сферы кооперации и интеграции в торговле.
7. Какие организационные структуры и совместные функции торговых предприятий имеют место в рамках добровольных торговых цепочек?
8. Какие системы оптовых закупок применяются в объединениях горизонтальной и вертикальной кооперации в торговле?
9. Какие организационно-правовые формы предприятий подойдут для организации экспертной деятельности?
10. Какие виды некоммерческих организаций вам известны?
11. Какие существуют сферы экспертной деятельности?
12. Как осуществляется подбор экспертов?

по теме 2 «Система менеджмента качества в торговых и экспертных организациях»
Индикаторы достижения: ПК-2.3

1. Понятие системы менеджмента качества (СМК)
2. В каких случаях компании может потребоваться СМК?
3. В чем плюсы СМК для компаний?
4. Внутренние причины для внедрения СМК.
5. Принципы управления качеством.
6. Проектирование СМК.
7. Обучение персонала при внедрении СМК.
8. Определении эффективности, результативности процесса внедрения СМК.
9. Как избежать ошибок при внедрении СМК?

по теме 3 «Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли»

Индикаторы достижения: ПК-4.2; ПК-6.1

1. Почему торговому предприятию необходимо, в первую очередь, разработать стратегии и определить основные цели коммерческой деятельности предприятия?
2. Какие основные этапы внутрифирменного планирования являются основополагающими?
3. Охарактеризуйте основные цели, задачи и этапы разработки стратегического плана коммерческой деятельности предприятия.
4. Объясните направление стратегическое планирование на предприятиях оптовой и розничной торговли.
5. Назовите проблемы, которые решает формирования стратегических целей развития оптового предприятия при создании единого банка информационных данных.
6. Обоснуйте ключевые направления коммерческой деятельности, в рамках которых оптовое предприятие определяет свои цели.
7. Охарактеризуйте процесс планирования коммерческой деятельности оптового и розничного предприятия.
8. В чем определяется основная ценность бизнес-плана для торгового предприятия?
9. Обоснуйте преимущества бизнес – планирования коммерческой деятельности торгового предприятия.
10. В чем заключается сущность моделирования коммерческой деятельности оптового предприятия?
11. Дайте оценку бизнес-процессов коммерческой деятельности торгового предприятия.
12. Охарактеризуйте модель бизнес-процесса закупки с выделением выполнения определенных операций.
13. Охарактеризуйте модель бизнес-процесса продажи с выделением выполнения определенных операций.
14. С позиции, каких интересов предполагается формирование общей логистической концепции оптового предприятия?
15. Какие параметры оцениваются при анализе бизнес-процессов коммерческой деятельности оптового предприятия?

по теме 4 «Маркетинговые решения торговых и экспертных организаций»

Индикаторы достижения: ПК-2.3

1. Объясните на конкретных примерах возможность применения различных концепций управления в деятельности торговых предприятий.
2. Объясните возможность использования принципов маркетинга в управлении предприятием.

3. Рассмотрите примеры влияния факторов внешней среды на деятельность предприятий и их ответные реакции.
4. Проанализируйте состояние российского рынка оптовой и розничной торговли, их динамику и перспективы.
5. В чем состоят особенности маркетинга оптового и розничного предприятий торговли.
6. На примере конкретного предприятия оптовой и розничной торговли рассмотрите использование элементов комплекса маркетинга.
7. Охарактеризуйте маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле
8. Опишите задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли.
9. Расскажите о наиболее важных сферах маркетинговых исследований, проводимых оптовым предприятием.
10. В чем заключается маркетинг-логистика оптовой компании?
11. Дайте характеристику маркетинговым решениям в системе продаж.
12. По каким причинам производится расширение ассортимента?
13. По каким направлениям в оптовой и розничной торговле осуществляется стимулирование продаж?
14. Создание конкурентных преимуществ экспертной организации.
15. Рекламное обеспечение экспертной деятельности.
16. Продвижение услуг экспертной организации.

по теме 5 «Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях»

Индикаторы достижения: ПК-4.1; ПК-7.1

1. Что представляет собой технологический процесс товародвижения, какие операции он включает?
2. Какие факторы следует учитывать при выборе оптимальных каналов товародвижения?
3. На каких принципах базируется формирование эффективного технологического процесса товародвижения?
4. Особенности управления торгово-технологическим процессом в оптовых предприятиях
5. Особенности управления торгово-технологическим процессом в супермаркетах и гипермаркетах.
6. Особенности управления торгово-технологическим процессом в универсамах и универмагах.
7. Особенности управления торгово-технологическим процессом в узкоспециализированных магазинах.
8. Управленческие решения по предотвращению потерь товароматериальных ценностей в розничных торговых организациях.

по теме 6 «Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях»
Индикаторы достижения: ПК-7.2; ПК-7.4

1. Формирование организационной культуры в розничной торговой организации.
2. Оценка покупателями качества обслуживания.
3. Построение устойчивых доброжелательных отношений с покупателями.
4. Услуги в розничной торговой организации и их роль в повышении конкурентоспособности.

Критерии оценки устного ответа студента:

1 балл - оценивается ответ, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

0,8 балла - оценивается ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

0,5 балла - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

0 баллов - оценивается ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

Задания для текущего контроля

Комплект заданий для контрольной работы

по теме 2 «Система менеджмента качества в торговых и экспертных организациях»

Индикаторы достижения: ПК-2.3

Вариант 1

1. Понятие системы менеджмента качества (СМК). Основы ее организации на предприятии.
2. Принципы менеджмента качества.

Вариант 2

1. Основные составляющие систем менеджмента качества.
1. Цель, задачи и методические средства СМК.

по теме 3 «Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли»

Индикаторы достижения: ПК-4.2; ПК-6.1

Вариант 1

1. Совокупность взаимодействующих элементов коммерческой деятельности предприятия.
2. Модель процесса организации коммерческой деятельности в торговом предприятии.

Вариант 2

1. Модель формирования стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия.
2. Модель формирования конкурентной стратегии торгового предприятия на рынке.

по теме 4 «Маркетинговые решения торговых и экспертных организаций»

Индикаторы достижения: ПК-2.3

Вариант 1

1. Сравнительная характеристика традиционных и мерчандайзинговых типов планировки торгового зала и размещения оборудования.
2. Выкладка товаров с учетом психологических особенностей посетителя торгового зала и адекватного распределения познавательного ресурса посетителя по мере движения по торговому залу и изучения товаров.

Вариант 2

1. Мерчандайзинговый подход к выбору оборудования для торгового зала. Правила размещения оборудования.
2. Характеристика элементов, используемых для формирования атмосферы торгового зала магазина.

Вариант 3

1. Характеристика видов POS- материалов, размещаемых в месте продаж, их назначение.
2. Задачи и преимущества автоматизированного управления оперативными процессами на предприятиях торговли.

по теме 6 «Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях»

Индикаторы достижения: ПК-7.2; ПК-7.4

Вариант 1

1. Оценка влияния современных технологий на качество оказания розничных услуг.
2. Сущность управления процессом обслуживания покупателей и его взаимосвязь с показателями деятельности розничной торговой организации.

Вариант 2

1. Основные тенденции в развитии сервиса современных торговых предприятий.
2. Понятие и классификация услуг розничной торговой организации..

Вариант 3

1. Оптимальный выбор ассортимента услуг с учетом формата розничной торговой организации.
2. Предпродажный и послепродажный сервис. Влияние качества торгового обслуживания на эффективность работы розничной торговой организации.

Критерии оценки (в баллах):

2 балла – оценивается письменный ответ, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

1,5 балла - оценивается письменный ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

1 балл - оценивается письменный ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

0,5 баллов - оценивается письменный ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

Комплект тестовых заданий

по теме 1 «Концептуальные основы управления торговой и экспертной деятельностью»
Индикаторы достижения: ПК-2.3; ПК-7.3

1. Тестовое задание 1:

Под системой внутренней торговли понимается:

- а) совокупность финансовой, кредитной и налоговой политики, стимулирующей развитие торговых предприятий;
- б) совокупность субъектов торговой деятельности, функционирование которых; регулируется; общими и специальными мерами организационно-экономического и нормативно-правового характера;
- в) соотношение спроса и предложения на реализуемые предприятием товары;
- г) совокупность людей, объединенных общностью потребительских предпочтений, согласных на определенных условиях приобретать товары и услуги.

2. Тестовое задание 2:

Интегрированная торговая система представляет собой:

- а) систему оптимизации хозяйственного риска и затрат
- б) форму достижения социального компромисса между производителями, торговыми посредниками и потребителями товаров и услуг;
- в) форму производственных отношений между крупным и малым предпринимательством;
- г) инструментом государственного регулирования внутренней торговли.

3. Тестовое задание 3:

Виды торговых предприятий по формам создания и функционирования:

- а) ассоциации, холдинги, корпорации;
- б) общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество;
- в) государственные, коммерческие;
- г) индивидуальные, партнерские, корпоративные.

4. Тестовое задание 4:

Торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью – это:

- а) оптовая торговля;
- б) оптово-розничная торговля;
- в) универсальная торговля;
- г) розничная торговля.

5. Тестовое задание 5:

Характерные особенности торговли:

- а) завершение цикла товарного производства, реализация товаров конечному потребителю (розничная торговля);
- б) оказание дополнительных сопутствующих реализации товаров услуг в доведение товара до потребителя;
- в) цена и ассортимент реализуемых товаров находятся в значительной зависимости от характера спроса, особенностей социально-экономического состава обслуживаемого населения;
- г) все вышеперечисленные.

6. Тестовое задание 6:

Объектом государственного регулирования является:

- а) все отрасли и подразделения производства, товарный, фондовый, валютный рынки, ценообразование, денежное обращение и предприятия независимо от формы собственности и хозяйствования
- б) государственные предприятия и организации
- в) неэффективные и финансово неблагополучные предприятия
- г) население, ресурсы и предприятия

7. Тестовое задание 7:

В рядовых населенных пунктах размещаются магазины типа:

- а) универмаг (универсам)
- б) товары повседневного спроса;
- в) культтовары;
- г) дары природы;
- д) все для дома.

8. Тестовое задание 8:

Принципы размещения розничной торговой сети потребительской кооперации:

- а) изучения спроса и предложения товаров;
- б) создания на территории каждого административного района камерунской системы торгового обслуживания;
- в) равномерность и ступенчатость;
- г) образование «торговых целей»;
- д) развития и обновления.

9. Тестовое задание 9:

Перечислите основные формы розничной торговли:

- а) специализированные и универсальные магазины;
- б) павильоны, палатки, ларьки, киоски;
- в) универмаги, универсамы, продукты и т.д.;
- г) фирменные магазины производственных и промышленных предприятий;
- д) продажа товаров на основе самообслуживания, по образцам, с открытой выкладкой, по почте, электронная торговля.

10. Тестовое задание 10:

Основные функции розничной торговой сети:

- а) приемки, хранение и продажа товаров;
- б) изучение спроса покупателей и продажа товаров;
- в) доставка товаров в магазины и оптовая продажа товаров;
- г) выполнение всего комплекса торгово-технологического процесса с целью удовлетворения спроса покупателей и получения прибыли;
- д) проведение рекламных мероприятий.

11. Тестовое задание 11:

Что такое торговля?

- а) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров
- б) вид некоммерческой деятельности, связанный с оказанием услуг населению
- в) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и производством продукции
- г) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей готовой продукции

12. Тестовое задание 12:

Вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товара, - это:

- а) торговая деятельность
- б) рыночные отношения
- в) частные отношения
- г) торговые отношения

13. Тестовое задание 13:

Формы организации оптовой торговли:

- а) биржевая и фондовая
- б) оптовая торговля через склады и оптовые рынки
- в) непосредственная оптовая торговля товарами и оказание посреднических услуг при купле-продаже товаров
- г) прямая и отложенная реализация

14. Тестовое задание 14:

Виды розничной торговой сети

- а) государственная, потребительская кооперация, частная, смешанная
- б) стационарная, передвижная, посылочная
- в) государственная, частная

15. Тестовое задание 15:

Что входит в субъекты рынка?

- а) продавцы, партнеры, услуги
- б) продавцы, покупатели, поставщики
- в) товары, услуги
- г) обмен, партнерство, конкуренция

16. Тестовое задание 16:

Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это:

- а) рынок покупателя
- б) рынок посредника
- в) рынок продавца

г) рынок производителя

17. Тестовое задание 17:

Функции оптовой торговли:

- а) оценка потребностей и кредитование
- б) приобретение промышленного ассортимента, доставка товаров
- в) накопление, хранение товарных запасов, информационное и консалтинговое обслуживание
- г) все вышеперечисленные

18. Тестовое задание 18:

Что из данного является формой рыночных проявлений потребностей?

- а) объем спроса
 - б) объем предложения
- Реализованный спрос
= Спрос

19. Тестовое задание 19:

Если спрос на товары сокращается, то общая выручка продавца:

- а) растет
- б) сокращается
- в) сокращается в том случае, если спрос эластичен по цене
- г) остается неизменной

20. Тестовое задание 20:

Определенным соотношением спроса и предложения на товары данного вида, а также уровнем, и соотношением цен характеризуется:

- а) емкость рынка
- б) конъюнктура рынка
- в) конкуренция рынка
- г) сегментация рынка

по теме 4 «Маркетинговые решения торговых и экспертных организаций»

Индикаторы достижения: ПК-2.3

1. Тестовое задание 1:

Факторы окружающей внешней макросреды розничного торгового предприятия – это...

- а) покупатели;
- б) конкуренты;
- в) закон «О защите прав потребителей»;
- г) политика в области налогообложения;
- д) контактные аудитории

2. Тестовое задание 2:

Из каких элементов складывается конкурентоспособность оптовых организаций:

- а) финансово-экономические характеристики оптовой торговли;
- б) ассортиментная стратегия оптовой организации;
- в) репутация, имидж оптовой организации;
- г) все ответы верны.

3. Тестовое задание 3:

Разработка и реализация комплекса маркетинга проводится для того, чтобы:

- а) установить обоснованную цену на товары;
- б) достичь установленных целей маркетинга;
- в) обеспечить эффективность рекламы;
- г) создать новые товары.

4. Тестовое задание 4:

Сегментация — это

- а) разделение потребителей на однородные группы;
- б) разделение конкурентов на однородные группы;
- в) разделение товаров на однородные группы;
- г) определение места для своего товара в ряду аналогов.

5. Тестовое задание 5:

Позиционирование — это

- а) разделение потребителей на однородные группы;
- б) разделение конкурентов на однородные группы;
- в) разделение товаров на однородные группы;
- г) определение места для своего товара в ряду аналогов.

6. Тестовое задание 6:

Сбалансированность ассортимента представляет собой:

- А. Соотношение между предлагаемыми ассортиментными группами с точки зрения общности конечного использования, каналов распределения, групп потребителей и диапазонов цен.
- Б. Перечень товаров, реализуемых розничными торговыми предприятиями.
- В. Количество предлагаемых ассортиментных групп.

7. Тестовое задание 7:

Товары «Дойные коровы», в соответствии с матрицей БКГ находятся на следующем этапе жизненного цикла товара:

- А. Выход на рынок.
- Б. Рост
- В. Зрелость
- Г. Спад

8. Тестовое задание 8:

Товары «Звезды», имеют следующие характеристики:

- А. Высокий спрос и растущий объем продаж.
- Б. Устоявшийся спрос и средний объем продаж.
- В. Низкие показатели спроса и объемов продаж.
- Г. Высокий спрос, но колеблющиеся объемы продаж.

9. Тестовое задание 9:

Маркетинговый подход к формированию торгового ассортимента розничного торгового предприятия предусматривает включение в него товаров, отвечающих следующим условиям:

- А. Товары должны удовлетворять однотипные прямые и сопряженные потребности; быть средством решения одних и тех же проблем (например, питания, формирования гардероба), выполнять одни и те же функции.
- Б. Товары должны быть ориентированы на группу целевых потребителей (женщины, мужчины, спортсмены, молодежь и проч.), соответствующую типу розничного торгового предприятия.

В. Товары должны иметь ценовую ориентацию, соответствующую покупательской способности целевого сегмента.

10. Тестовое задание 10:

При формировании торгового ассортимента розничного торгового предприятия могут быть использованы различные принципы:

- А. Функциональный (офисная мебель, продовольственные товары и т.д.).
- Б. Потребительский (детские, спортивные товары и проч.).
- В. Сбытовой (товары, продающиеся в универсаме, в универмаге, на мелкооптовом рынке и проч.).
- Г. Ценовой (дешевые, дорогие товары и т.д.).

11. Тестовое задание 11:

Товарная функция маркетинга розничного торгового предприятия включает...

- А. Закупку товаров.
- Б. Доведение соответствия товаров требованиям покупателей.
- В. Организацию торговли.
- Г. Анализ внутренней среды предприятия.
- Д. Исследование рынка.

12. Тестовое задание 12:

Найдите верное соотношение между критерием оценки сегмента и его показателем.

1. Устойчивость сегмента	1. Сегмент должен обеспечивать определенный доход на вложенный капитал.
2. Прибыльность	2. Выявление в выбранном сегменте покупателей, на которых торговое предприятие ориентируется в дальнейшем.
3. Позиционная ориентация	3. Стабильность выделенной группы потребителей. Влияние возможных изменений окружающей среды на размер сегмента (например, экономических условий, законодательства и т.п.). Уровень лояльности потребителей к розничному торговому предприятию.
4. Доступность сегмента	4. Оценка уровня конкуренции и конкурентного преимущества, определение степени своей защищенности
5. Конкурентное давление	5. Потребители, входящие в сегмент, должны иметь возможность узнать о розничном торговом предприятии и его предложениях из рекламных источников.

13. Тестовое задание 13:

Найдите в правой колонке определение, соответствующее термину в левой колонке

1. Ширина ассортимента	1. Количество позиций в каждой ассортиментной группе
2. Глубина ассортимента	2. Соотношение между предлагаемыми ассортиментными группами с точки зрения общности конечного использования, каналов распределения, групп потребителей и диапазонов цен
3. Сбалансированность	3. Перечень товаров, реализуемых ассортиментом розничными торговыми предприятиями
4. Производственный	4. Количество предлагаемых ассортиментных групп
5. Торговый ассортимент	5. Перечень товаров, выпускаемых предприятием-изготовителем

14. Тестовое задание 14:

Найдите в правой колонке определения, соответствующие терминам в левой колонке.

1. Множественное ценообразование	1. Применяется для “проталкивания” товара и нацелено на то, чтобы заставить покупателя купить несколько товаров одновременно
2. Многомерное ценообразование	2. Установление на определенные товары цен ниже обычного уровня для привлечения дополнительных покупателей и увеличения объема продаж других товаров
3. Выравнивание линий цен	3. Продажа однородных товаров различного веса (количества) по разным ценам
4. Ценовое лидерство	4. Предложение разных уровней заранее определенных ценовых позиций

15. Тестовое задание 15:

С помощью средств мерчандайзинга можно:

- А. Использовать методы ценового стимулирования.
- Б. Увеличить оборот по наиболее выгодной категории товара.
- В. Улучшить качество товаров.
- Г. Избежать резких перепадов покупательской активности.
- Д. Привлечь внимание покупателей к новым торговым маркам.

16. Тестовое задание 16:

В магазине при четко запланированной покупке покупатель проходит этапы принятия решения:

- А. Оценка товара.
- Б. Осознание потребности.
- В. Покупка товара.
- Г. Поиск информации.
- Д. Выбор товара.

17. Тестовое задание 17:

Комплекс маркетинга розничного торгового предприятия — это...

- А. Решения по подбору торгового персонала.
- Б. Ассортиментная, марочная и ценовая политика.
- В. Проведение маркетинговых исследований.
- Г. Решения по форме торгового обслуживания.
- Д. Решения по коммуникациям.

18. Тестовое задание 18:

Установите правильную последовательность действий в процессе определения целевого сегмента розничного торгового предприятия:

- А. Оценка привлекательности рыночных сегментов.
- Б. Определение признаков сегментации рынка.
- В. Анализ рыночных возможностей предприятия.
- Г. Сегментирование рынка.
- Д. Выбор признаков сегментации рынка.

19. Тестовое задание 19:

Определите соответствие между квадрантами матрицы БКГ и маркетинговой стратегией.

1. “Звезды”	1. Получение максимальной прибыли
2. “Дойные коровы”	2. Уход с рынка или малая активность
3. “Вопросы”	3. Сохранение лидерства
4. “Собаки”	4. Инвестирование

20. Тестовое задание 20:

Преимущества использования товаров private label для розничного торгового предприятия заключаются в следующем:

- А. Увеличении расходов поставщика на продвижение товаров.
- Б. Возможности снижения розничной цены.
- В. Увеличении розничной цены.
- Г. Укреплении имиджа торгового предприятия.
- Д. Возможности формирования приверженности покупателя к магазину.

по теме 5 «Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях»

Индикаторы достижения: ПК-4.1; ПК-7.1

1. Тестовое задание 1:

Назовите формы движения товаров из сферы производства в розничную торговую сеть

- а) кратчайшие пути движения товаров
- б) транзитная форма
- в) централизованная доставка товаров
- г) складская форма

2. Тестовое задание 2:

Какова наиболее распространенная сетка колонны в магазине и на складе?

- а) 18x18
- б) 6x6
- в) 12x12
- г) 24x24

3. Тестовое задание 3:

Перечислите функции технологических процессов в торговле

- а) рекламно-информационная деятельность
- б) изучение покупательского спроса
- в) транспортировка, хранение, упаковка, фасовка, подсортировка товаров
- г) организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками

4. Тестовое задание 4:

Что понимается под оптимальной звенностью товародвижения?

- а) товар от производства до розничного предприятия проходит как минимум три складских звена
- б) товар от производителя доставляется розничному предприятию на прямую без складских звеньев
- в) товар в своем движении от производства до розничного звена проходит два оптово-складских звеньев
- г) товар в своем движении от производства до розничного звена проходит через минимально необходимое число промежуточных оптово-складских звеньев

5. Тестовое задание 5:

Перечислите функции торговых процессов в торговле:

- а) изучение покупательского спроса
- б) рекламно-информационная деятельность
- в) транспортировка, хранение, упаковка, фасовка, подсортировка товаров

г) организация рациональных хозяйственных связей

6. Тестовое задание 6:

Найдите правильный ответ, по которому рассчитывается потребность в складской площади (емкости):

- а) $P=V \times H \times K$;
- б) $P=V \times T \times S$
- в) $P=H \times T \times V$
- г) $P=V \times H$

7. Тестовое задание 7:

Величина общего товарооборота находится в балансовой зависимости с:

- а) объемом поступления (завозом) товара
- б) размером торговых наложений
- в) объемом розничной реализации
- г) величиной товарных запасов
- д) суммой выбытия товаров по актам на списание
- е) показателем спроса

8. Тестовое задание 8:

Торговая надбавка представляет собой элемент цены продавца, обеспечивающий ему:

- а) только возмещение затрат по продаже товаров
- б) только получение прибыли
- в) возмещение затрат по продаже товаров и получение прибыли

9. Тестовое задание 9:

Товарные запасы – это количество товаров в денежном или в натуральном выражении, находящиеся на определенную дату:

- а) только в торговых предприятиях
- б) только на складах.
- в) в торговых предприятиях, на складах, в пути.

10. Тестовое задание 10:

Расходы, связанные с производством и реализацией представляют собой:

- а) общую стоимость всех затрат предприятия, связанных с предпринимательской деятельностью.
- б) денежную оценку затрат, произведенных продавцом в процессе продвижения товаров к покупателю за определенный период времени.
- в) денежные затраты на пополнение (прирост) собственных оборотных и основных средств

11. Тестовое задание 11:

Организация завоза товаров в соответствии с заданиями по товарообороту, ассортиментным профилем магазина, состоянием товарных запасов и договором поставки это:

- а) централизация товароснабжения
- б) технологичность товароснабжения
- в) планомерность товароснабжения
- г) экономичность товароснабжения

12. Тестовое задание 12:

Управление ассортиментом товаров оптового торгового предприятия направлено на:

- а) поддержание оптимальной номенклатуры товаров

- б) периодическое обновление ассортиментных перечней
- в) принятие торговыми работниками различных коммерческих решений по обновлению ассортимента
- г) заключение договоров на поставку различных ассортиментных групп товаров

13. Тестовое задание 13:

Оптовая продажа предполагает осуществление следующих операций:

- а) выбор оптовых операций
- б) установление хозяйственных связей с оптовыми покупателями
- в) согласование условий и заключение договоров, контроль за их исполнением
- г) все вышеперечисленные

14. Тестовое задание 14:

Управление товарными запасами на предприятиях оптовой торговли предполагает:

- а) нормирование
- б) оперативный учет и контроль
- в) регулирование
- г) все вышеперечисленные

15. Тестовое задание 15:

Основанием для заказа товара в розничной торговле предприятия служит:

- а) доставка товара
- б) заявка
- в) продажа
- г) предложение

16. Тестовое задание 16:

Торгово-технологический процесс – это ... операций, обеспечивающая процесс купли-продажи товаров и товародвижения

- а) система
- б) совокупность
- в) последовательность

17. Тестовое задание 17:

Разработка карт размещения товаров на складах является одним из важных условий рационального управления

- а) потоками товаров
- б) хранением товаров
- в) ассортиментом товаров
- г) товарными запасами

18. Тестовое задание 18:

Факторами, определяющими динамичность торгово-технологических процессов в магазине, являются:

- а) сокращение издержек обращения в торговых предприятиях
- б) обеспечение наилучших условий выбора товаров в магазинах
- в) состояние торговли и ее материально-технической базы
- г) степень квалификации работников торговли

19. Тестовое задание 19:

Основные схемы технологических решений в торговле:

- а) автоматизация контрольно-кассовых операций
- б) компьютеризация учета движения товарно-материальных ценностей
- в) типизация и унификация мебели для торговых залов магазинов
- г) рациональное использование торгового инвентаря

20. Тестовое задание 20:

Предметами управления торгово-технологическим процессом в магазине являются:

- а) товарные запасы
- б) ассортимент товаров
- в) оборудование торговых залов
- г) торговые площади

21. Тестовое задание 21:

Принципы рациональной организации процесса товародвижения заключаются

- а) в применении кратчайших путей движения товаров
- б) установлении оптимальной формы товародвижения
- в) совершенствовании торговой сети
- г) внедрении прогрессивных технологий торгового обслуживания

22. Тестовое задание 22:

В состав типовых технологических операций товародвижения входят:

- а) транспортирование
- б) погрузка-разгрузка
- в) изучение спроса покупателей

23. Тестовое задание 23:

Принципами рациональной организации складского технологического процесса являются:

- а) планомерность и ритмичность
- б) эффективное использование средств труда
- в) полная сохранность свойств товаров
- г) сокращение длительности выполнения отдельных операций

24. Тестовое задание 24:

К технологическим процессам в торговле относится:

- а) приемка товаров, разгрузка транспортных средств, отправка товаров на хранение
- б) составление заявок и заказов
- в) изучение покупательского спроса
- г) подготовка и продажа товаров в магазине

25. Тестовое задание 25:

Управление торгово-технологическими процессами на складах включает управление:

- а) товарными запасами
- б) ассортиментом товаров
- в) покупательскими потоками
- г) расстановкой оборудования

по теме 7 «Управление персоналом торговых и экспертных организаций»

Индикаторы достижения: ПК-6.2; ПК-7.3

1. Тестовое задание 1:

Подход, предусматривающий гибкость управления персоналом, интенсификацию труда, активную работу по бережливости и участию работников в управлении, носит название:

- А. Технологический;
- Б. Гуманистический;
- В. Демократический;
- Г. Рационалистический
- Д. Синергетический
- Е. Поддерживающий

2. Тестовое задание 2:

Планирование на предприятии в сфере управления персоналом представляет собой:

- А. Программу определения оптимальной организационной структуры предприятия
- Б. Систему правил и норм, которые осознаны и соответствующим образом оформлены
- В. Систему решений на основании которых можно будет разработать программу развития персонала во взаимодействии со стратегией предприятия
- Г. Привлечения дополнительного персонала или сокращения существующей численности персонала через рост или спад производства

3. Тестовое задание 3:

Управление персоналом – это...

- А. Руководство персоналом с целью достижения общей цели
- Б. Процесс планирования, подбора, подготовки, оценки и непрерывного образования кадров, направленный на их рациональное использование и повышение эффективности производства
- В. Процесс управления трудовым коллективом предприятия

4. Тестовое задание 4:

Методы управления, с помощью которых создаются необходимые условия работы персонала, разрабатывается структура управления:

- А. Экономические
- Б. Психологические
- В. Организационные
- Г. Административные

5. Тестовое задание 5:

Уровень профессиональной готовности работника к определенному виду работы - это:

- А. Квалификация
- Б. Компетентность работника
- В. Профессиональная пригодность
- Г. Структура персонала

6. Тестовое задание 6:

Система управления персоналом организации включает следующие функциональные подсистемы:

- А. Планирование, прогнозирование и маркетинга персоналом
- Б. Оформления и учета работников
- В. Условий труда
- Г. Трудовых отношении
- Д. Основных процессов
- Е. Развития кадров

7. Тестовое задание 7:

Совокупность внутрифирменных общих принципов, правил, ценностей и убеждений в конкретной области деятельности организации — это ...

- А. Философия организации

- Б. Корпоративный кодекс
- В. Устав предприятия
- Г. Культурный уровень персонала
- Д. Правила трудового распорядка
- Е. Предназначение организации

8. Тестовое задание 8:

Процесс, с помощью которого руководитель передает часть своих полномочий подчиненным это:

- А. Планирование работы сотрудника
- Б. Делегирование полномочий
- В. Разграничение ответственности

9. Тестовое задание 9:

Назовите внутренние источники привлечения персонала:

- А. Совмещение функций и должностей
- Б. Различные учебные заведения — государственные и негосударственные
- В. Наем работников
- Г. Организованные наборы работников
- Д. Кадровый резерв;

10. Тестовое задание 10:

Сущность понятия «каналы сбыта» не характеризует:

- А. Путь, по которому товар движется от места производства к месту использования
- Б. Совокупность лиц, обеспечивающих сбыт товара
- В. Группа лиц, осуществляющих транспортировку товара
- Г. Совокупность организаций, включённых в процесс производства

11. Тестовое задание 11:

К формам внутреннего привлечения персонала относят:

- А. Перемещение
- Б. Продвижение «наверх»
- В. Лизинг персонала

12. Тестовое задание 12:

Оперативное планирование в сфере управления персоналом по характеру бывает:

- А. Коллективным
- Б. Индивидуальным
- В. Выборочным

13. Тестовое задание 13:

Основными функциями подсистемы развития персонала являются:

- А. Разработка стратегии управления персоналом
- Б. Работа с кадровым резервом
- В. Переподготовка и повышение квалификаций работников
- Г. Планирование и контроль деловой карьеры
- Д. Организация трудовых отношений

14. Тестовое задание 14:

Правовой акт, регулирующий трудовые, социально-экономические, профессиональные отношения между работодателем и наемными работниками в организации - ...

15. Тестовое задание 15:

Система целей управления персоналом является основой определения состава функций персоналом

16. Тестовое задание 16:

Традиционно выделяются ... уровня управления:

17. Тестовое задание 17:

Логическое взаимоотношение уровней управления и функциональных областей – это.....

18. Тестовое задание 18:

Руководителей в зависимости от возглавляемых ими коллективов подразделяют на: линейных и

19. Тестовое задание 19:

Необходимое количество работников профессионально квалифицированного состава, необходимых для выполнения конкретных производственных, управленческих функций или объемы работ – это...

20. Тестовое задание 20:

Виды оценки потребности в персонале: количественные и

Критерии оценки:

1,5 балла выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 85% тестовых заданий;

1,0 балл выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 70% тестовых заданий;

0,5 балла выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 50% тестовых заданий;

0,2 балла и менее выставляется при условии, если студент правильно ответил менее, чем на 50% тестовых заданий.

Задания для творческого рейтинга

Темы индивидуальных проектов:

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-6.1, ПК-7.1

1. Совершенствование управления торговой организацией.
2. Совершенствование торгово-технологических процессов предприятия.

Критерии оценки (в баллах):

6-7 баллов ставится обучающемуся, владеющему высоким теоретическим и методическим уровнем решения профессиональных задач, продемонстрировавшему компетентность в вопросах использования методов научно-исследовательской деятельности, выполнившему проект в полном объеме, на высоком качественном уровне.

4-5 баллов заслуживает обучающийся, владеющий достаточным теоретическим и методическим уровнем решения профессиональных задач; проявивший сформированность умений научно-исследовательской деятельности; испытывающий некоторые затруднения в проектировании собственного исследования; который предоставил материалы в полном объеме, выполненные на хорошем качественном уровне.

2-3 балла заслуживает обучающийся, выполнивший основные задачи задания, не проявляющий творческого, познавательного, исследовательского интереса в решении поставленных задач; испытывающий затруднения в работе.

0-1 балла заслуживает обучающийся, выполнивший проект с серьезными ошибками, или не выполнивший в полном объеме задание.

Темы рефератов

Индикаторы достижения: ПК-2.3; ПК-6.2; ПК-7.2; ПК-7.3; ПК-7.4

1. Роль торговли в сфере товарного обращения.
2. Тенденции развития торговли в России на современном этапе.
3. Механизм проведения структурной политики оптовой торговли.
4. Концептуальные основы развития коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии на рынке России.
5. Формы кооперации и интеграции в торговле в условиях глобализации экономики.
6. Политика государства и общественных организаций в развитии и поддержке малого предпринимательства в торговле России
7. Стимулирование продаж посредством принципов мерчендайзинга.
8. Мерчендайзинг как один из методов стимулирования продаж товаров.
9. Комплекс стимулирования продаж в розничной торговле.
10. Корпоративный стиль и имидж торговой организации как факторы активизации продвижения товара.
11. Услуги розничной торговли.
12. Материальное стимулирование персонала предприятий торговли.
13. Мотивация торгового персонала.
14. Управление торговым персоналом в рамках концепции управления продажами.
15. Нематериальные поощрения работников предприятий торговли.
16. Системы оплаты труда работников, занятых в продажах.

Критерии оценки (в баллах):

2 балла - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями оформления реферата; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте реферата; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата;

1,5 балла - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата;

1 балл - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в целом реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом реферат имеет

чёткую композицию и структуру, но в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; в целом реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата;

0,5 балла - выставляется студенту, если содержание реферата не соответствует заявленной в названии тематике или в реферате отмечены нарушения общих требований написания реферата; есть ошибки в техническом оформлении; есть нарушения композиции и структуры; в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; не в полном объёме представлен список использованной литературы, есть ошибки в его оформлении; отсутствуют или некорректно оформлены и не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; реферат не представляет собой самостоятельного исследования, отсутствует анализ найденного материала, текст реферата представляет собой непереработанный текст другого автора (других авторов).

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Структура зачетного задания

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1</i>	<i>15</i>
<i>Вопрос 2</i>	<i>15</i>
<i>Практическое задание (ситуационная задача)</i>	<i>10</i>

Задания, включаемые в зачетное задание

Типовой перечень вопросов к зачету с оценкой

1. Особенности торговой и экспертной деятельности, их роль в формировании внутреннего рынка страны и взаимосвязь.
2. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг.
3. Концептуальные основы торговой и экспертной деятельности.
4. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговую деятельность.
5. Роль торговли в сфере товарного обращения.
6. Тенденции развития торговли в России на современном этапе.
7. Концептуальные основы развития коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии на рынке России
8. Система менеджмента качества в торговых и экспертных организациях.
9. Политика государства и общественных организаций в развитии и поддержке малого предпринимательства в торговле России
10. Организационная структура управления торговых и экспертных организаций, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями.
11. Методы управления организацией и оценка их эффективности.
12. Уровни и процессы стратегического планирования в торговых и экспертных организациях.
13. Реализация стратегий торговых и экспертных организаций.
14. Методологические основы коммерческой деятельности торгового предприятия
15. Моделирование коммерческой деятельности
16. Функции управления коммерческой деятельностью на предприятиях торговли
17. Управление закупками.
18. Управление товарным портфелем организации.
19. Управление товарными запасами
20. Управление маркетинговой деятельностью торговой и экспертной организации.
21. Управление продажами в организациях.
22. Сущность, цели и задачи маркетинга в торговле.
23. Функции маркетинга в торговле. Задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли
24. Разработка маркетинговых стратегий организаций.
25. Цели и содержание торгово-технологических процессов в оптовых и розничных организациях.

26. Структура и последовательность операций торгово-технологического процесса в зависимости от применяемых методов продажи товаров.
27. Планировочные решения в розничных организациях торговли.
28. Оценка оптимальности торгово-технологического процесса.
29. Оптимальные управленческие решения в области продаж в розничных торговых организациях
30. Содержание, организация и последовательность выполнения складских операций; их координация с внешней средой.
31. Критерии оценки эффективности технологических решений предприятий торговли.
32. Сущность управления процессом обслуживания покупателей и его взаимосвязь с показателями деятельности розничной торговой организации.
33. Понятие и классификация услуг розничной торговой организации.
34. Стимулирование сбыта на оптовом предприятии.
35. Предпродажный и послепродажный сервис на оптовых и розничных предприятиях.
36. Влияние качества торгового обслуживания на эффективность работы розничной торговой организации.
37. Цели стимулирования продаж.
38. Методы стимулирования покупателей в розничной торговле.
39. Методы стимулирования труда персонала торговой и экспертной организации.
40. Кадровая политика торговых и экспертных организаций.
41. Характеристика функциональных обязанностей персонала торгового предприятия.
42. Факторы, формирующие численность работников в организации.
43. Оформление и разработка должностных инструкций.
44. Формирование трудового коллектива торгового предприятия.
45. Система мотивации персонала в организации.
46. Оценка конкурентоспособности организации.
47. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.
48. Основные типы оптовых и розничных торговых предприятий.
49. Возможности применения матрицы И. Ансоффа при разработке стратегий развития торгового предприятия
50. Торговый ассортимент: понятие, принципы формирования, характеристики.
51. Использование матрицы BCG, ABC и XYZ анализа в планировании торгового ассортимента и товарных запасов.
52. Основные положения Закона РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».
53. Маркетинговые коммуникации в розничной торговле: понятие, цели, задачи и основные направления развития.
54. Типы конкуренции в розничной торговле: внутриформатная, межформатная, ассортиментная, перехватывающая.
55. Понятие конкурентного преимущества организации.
56. Использование новых информационных технологий в организациях.
57. Классификация процедур проведения экспертных опросов.
58. «Мозговая атака» как метод экспертного опроса.
59. Периодические опросы экспертов.
60. «Дельфийская техника» как метод экспертного опроса.

Практические задания к зачету:

1. Перечислите основные характеристика лиц, которых можно, на ваш взгляд, пригласить для участия в экспертном опросе на тему «Инновационные пищевые продукты на потребительском рынке». Обоснуйте ваш выбор.

2. Составьте по пять вопросов на тему «Инновационные пищевые продукты» на потребительском рынке» для двух видов опроса: экспертного и массового. Объясните различия в содержании и форме вопросов экспертного и массового образца.

3. Разработайте программу исследования для определения иерархии факторов, формирующих потребительские предпочтения продовольственных товаров, реализуемых на потребительском рынке, у людей пожилого и преклонного возраста.

4. Составьте анкету массового опроса для реализации программы исследования для определения иерархии факторов, формирующих потребительские предпочтения продовольственных товаров, реализуемых на потребительском рынке, у людей пожилого и преклонного возраста.

5. Разработайте программу исследования причин потребительских предпочтений одноименных товаров отечественного или импортного производства.

6. Составьте анкету опроса респондентов о причинах их предпочтений товаров отечественного или импортного производства.

7. Составьте закрытые вопросы для определения уровня дохода респондентов и доли семейного бюджета, расходуемой на питание.

8. Сформулируйте вопросы, которые позволят определить степень зависимости потребительских предпочтений продуктов питания населения от уровня семейного дохода.

9. Опишите процедуру организации и проведения опроса населения о потребительских предпочтениях продуктов питания.

10. Составьте два вопроса (основной и контрольный) для определения процента населения, знающего о существовании профилактических продуктов питания, которые направлены на выведение из организма человека тяжелых металлов и радионуклидов.

11. Суммарный товароборот, рассчитанный по выборке товарных артикулов, составляет 1 268 875,14 руб., сумма реализованной торговой надбавки, соответственно 313 418,87 руб. Какова средняя маржинальная доходность по данной категории товаров?

12. Вычислите значения показателей ассортимента магазина «Продукты». Коэффициент широты ассортимента в магазине «Продукты», если в оптовом магазине количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разрозненных групп составляет 5000, а в магазине 2000.

13. Найдите коэффициент глубины ассортимента «Водки особой», если базовый показатель ассортимента по стандарту равен 6, дополнительный ассортимент по ТУ — 16 наименований. В магазине «Продукты» в продаже имелось 12 наименований

14. Найдите коэффициент устойчивости ассортимента, если в магазине «Продукты» в продаже имеются 10 наименований консервов в томатном соусе, из которых устойчивым спросом пользуются 4 наименования

15. Вычислите значения показателей ассортимента магазина «Весна». Коэффициент широты ассортимента в магазине «Весна», если в оптовом магазине количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разрозненных групп составляет 5000, а в магазине 1000.

16. Определите коэффициент глубины ассортимента «Водки», если базовый показатель ассортимента по стандарту равен 6, дополнительный ассортимент по ТУ — 16 наименований. В магазине «Весна» в продаже имелось 5.

17. В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент продовольственных товаров с $K_p=16\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1000, фактически на момент открытия было завезено 700 наименований продуктов. $K_u=60\%$, $K_n=15\%$ (определен по нормативным документам). (Коэффициенты весомости для показателей ассортимента $K_{вш}=0,4$; $K_{вп}=0,2$; $K_{ву}=0,3$; $K_{вн}=0,1$). Рассчитайте коэффициент широты ассортимента.

18. Организация формирует отдел продаж. Для торговых агентов на предприятии предусмотрен оклад 15 000 руб. и 2% комиссионных. Торговому представителю гарантирован оклад в 10 000 руб. и 4% комиссионных. Они работают в одной географической области, ожидаемый месячный оборот составит 260 000 руб. Определите, кто более предпочтителен предприятию - торговый агент или торговый представитель.

19. Петербургская компания «Вена», продвигая на московский рынок марку пива «Невское» договорилась более чем с 10 дистрибуторскими компаниями столицы. Менеджеры компании «Вена» хотели, чтобы к началу рекламной кампании пива «Невское» они могли бы поставлять пиво как минимум в каждую четвертую розничную точку Москвы. Кроме того, были проведены соответствующие event-мероприятия и поставлено оборудование в пивные бары. Дайте характеристику основных стратегических решений в каналах сбыта: Обоснуйте условия их использования; укажите преимущества и недостатки. Какую стратегию выбрала компания ?

20. Компания, торгующая спортивной одеждой и обувью, по результатам анкетирования потребителей выделила три целевых сегмента рынка. Первый сегмент - это спортсмены, приобретающие спортивную одежду и обувь для тренировок и соревнований. Второй сегмент - молодежь, которая носит спортивную одежду и обувь как в фитнес-клубах, так и в повседневной жизни. Для них важны невысокая цена, внешний вид, уникальность. Третий сегмент - мужчины и женщины в возрасте 30 - 50 лет, которые любят активный отдых и занятия спортом. Им важны удобство, практичность одежды, её производитель. Предложите для каждого из целевых сегментов компании стратегию позиционирования своей продукции и маркетинговый комплекс.

21. Основная услуга супермаркета «Перекресток» - реализация продовольственных товаров. Дополнительные услуги - информационно - консультативные. Сопутствующий ассортимент - косметические и хозяйственные товары, бытовая химия. Выявите, какие виды потребностей удовлетворяют реализуемые супермаркетом товары и оказываемые услуги. Ответ обоснуйте. Какие функциональные стратегии реализует торговое предприятие?

22. Предприятие по производству молочных продуктов АО «Краснодарский» более 10 лет действует на рынке города Краснодара. Емкость данного рынка составляет около 150 тыс. тонн в год. Объем продаж предприятия составляет 50 тыс. тонн в год, из которых 75 % реализуется на местном рынке. Доля АО «Краснодарский» на местном рынке составляет %

23. Торговая компания повысила цены на ручки «Паркер» с 800 руб. до 1200 руб., объем продаж за месяц при этом снизился в два раза (с 1000 до 500 ручек). Определить эластичность спроса и динамику изменения общего товарооборота компании.

24. Задачей эксперимента было – определить, как влияет новая реклама на потребителей. Экспериментальной группой выбраны потребители города Брянска, а контрольной группой – жители Владимира. После рекламной кампании среднемесячное потребление шоколадного печенья «Мечта» на 1 потребителя изменилось следующим образом: среди тех, кто не видел рекламу, оно увеличилось с 500 до 550 г, а среди тех, кто видел рекламу, оно увеличилось с 500 до 600 г. Провести расчет, как повлияла реклама на увеличение потребления на рынке в целом.

25. Продажа бытовой техники в магазине «Атлант» за 30 дней приносила доход 2 755 тыс. руб. Рекламная компания обошлась организации в 18 500 руб. Через 10 дней после неё среднедневной доход достиг 99 тыс. руб. Найти краткосрочный экономический эффект от рекламы.

26. Малое предприятие по производству мясных полуфабрикатов из куриного мяса успешно существует на рынке уже 10 лет. В последнее время предприятие осваивает выпуск цветных пельменей для детей. Затраты на производство и реализацию цветных пельменей составляют: постоянные затраты - 200 000 руб. в месяц, переменные затраты на килограмм пельменей - 70 руб. Цена за килограмм новых пельменей составляет 170 руб. Для того, чтобы

предприятие получало прибыль в размере не менее 85 тыс. руб. в месяц, оно должно продавать не менее... кг цветных пельменей.

27. Рассчитайте минимальный размер франчайзингового вознаграждения, которое должно быть уплачено определенным франчайзи в пользу франчайзера, если прямые расходы франчайзера составляют 385 тыс. руб., а его косвенные затраты равны 134 тыс. руб.

28. Определить объем прибыли от продаж, на основе следующих данных:

Товарооборот- 11492тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 6113 тыс.руб.

Коммерческие расходы – 1103 тыс.руб.

Управленческие расходы – 717 тыс.руб.

Прочие расходы. – 104 тыс.руб.

Прочие доходы – 92 тыс.руб.

29. Определить объем чистой прибыли, на основе следующих данных:

Товарооборот- 15582тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 7723 тыс.руб.

Коммерческие расходы – 1028 тыс.руб.

Управленческие расходы – 825 тыс.руб.

Прочие расходы. – 527 тыс.руб.

Прочие доходы – 678 тыс.руб.

Налог – 20%

30. Определить рентабельность коммерческой деятельности, на основе следующих данных:

Товарооборот- 25692тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 18613 тыс.руб.

Коммерческие расходы – 1101 тыс.руб.

Управленческие расходы – 934 тыс.руб.

Прочие расходы. – 401 тыс.руб.

Прочие доходы – 329 тыс.руб.

Налог – 20%

31. Определите прибыль предприятия на нематериальные активы, если совокупный годовой доход франчайзи составил 558 млн. руб., а его прибыль на рыночную стоимость материальных активов оказалась равна 99 млн. руб.

32. Определите годовую прибыль на рыночную стоимость франчайзингового предприятия, если стоимость нематериальных активов в данном году составляла 775 млн. руб., а норма прибыли на материальные активы в среднем по отрасли – 30%.

33. Определить объем чистой прибыли на основе следующих данных:

Товарооборот- 693638тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 605312 тыс.руб.

Прочие доходы – 9891 тыс.руб.

Прочие расходы – 10676 тыс.руб.

Примечание налог на прибыль составляет 20%.

34. Определить рентабельность коммерческой деятельности на основе следующих данных (налог на прибыль -20%):

Товарооборот- 9293тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 5237 тыс.руб.

Издержки обращения – 912 тыс.руб.

Прочие расходы. – 24 тыс.руб.

Прочие доходы – 32 тыс.руб.

35. Определить объем валовой прибыли предприятия и чистой прибыли на основе следующих данных (налог на прибыль -20%):

Товарооборот- 8392тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 5225 тыс.руб.

Коммерческие расходы – 802 тыс.руб.

Управленческие расходы – 497 тыс.руб.

36. Определите размер франчайзингового вознаграждения, если чистые франчайзинговые платежи составляют 350 тыс. руб., а сопровождающие платежи 93 тыс. руб.

**Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения,
шкала оценивания**

Таблица 6

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-2 ПК-4 ПК-6 ПК-7	ПК-2.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4	<p>Знает верно и в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современный российский и зарубежный опыт в области разработки внедрения и совершенствования внутренней системы управления качеством (менеджмента качества) в организации; - нормативно-правовые акты в сфере закупки и продажи товаров, а также защиты прав потребителей; - порядок рассмотрения претензий и рекламаций к качеству товаров; - виды локальных нормативных актов, документов и отчетов о предотвращении выпуска, поставки и реализации продукции, не соответствующей требованиям технических регламентов, стандартов (технических условий), утвержденным образцам (эталонам) и технической документации, условиям поставок и договоров; - виды коммерческих предложений, основные критерии выбора поставщиков продукции с учетом требований к качеству и безопасности, тенденций спроса, моды и новых технологий производства; - процессы разработки торгово-закупочной политики организации; - основные правила организации и ведения торгово-закупочной деятельности организации, виды и основные условия договоров; - методы контроля и способы повышения эффективности торгово-закупочной деятельности <p>нормативную и техническую документацию по правилам приемки и оценки качества и безопасности продукции требования к качеству и безопасности продукции, установленные нормативно-технической документацией (техническими регламентами, стандартами и другими документами);</p> <ul style="list-style-type: none"> - требования к упаковке и маркировке продукции, правила и сроки хранения, транспортирования и реализации продукции, способы и требования, предъявляемые к складированию товарно-материальных ценностей; - нормативные акты в области оформления товаросопроводительных документов, порядок документального отражения торговых операций, виды и формы товаросопроводительных документов, правила оформления документации по учету торговых операций; - порядок проведения и оформления результатов инвентаризации товарно-материальных ценностей, функциональные возможности современных технических средств сбора, передачи и обработки учетной информации; - основные проблемы научно-технического развития техники торговли; основные виды и функциональные возможности торгово-технологического оборудования и холодильной техники, принципы их работы; эксплуатационные показатели торгово-технологического оборудования и холодильной техники. <p>Умеет верно и в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять современные методологии совершенствования технологических процессов; - применять на практике нормативно-техническую документацию в сфере закупки и продажи товаров, а также защиты прав потребителей; - принимать и анализировать рекламации и претензии к качеству товаров; - применять нормативно-техническую документацию в области претензионной работы предприятия; 	Продвинутый

				<ul style="list-style-type: none"> - анализировать коммерческие предложения с учетом требований к качеству и безопасности, моды и спроса, новых технологий производства, выстраивать взаимовыгодные отношения с поставщиками; - планировать материально-техническое обеспечение предприятия, разрабатывать торгово-закупочную политику организации; - организовывать и поддерживать торговые связи с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта (продажи) товаров, составлять и анализировать договоры, применяемые в коммерческой деятельности; - контролировать выполнение договорных обязательств, разрабатывать мероприятия по повышению эффективности торгово-закупочной деятельности; - применять нормативную и техническую документацию по правилам приемки и оценки качества и безопасности продукции; - проводить приемку продукции по количеству, качеству и комплектности, определять требования к продукции разных видов и групп и устанавливать соответствие ее качества и безопасности техническим регламентам, стандартам и другим нормативным документам; - правильно размещать продукцию на хранение; осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товарно-материальных ценностей, оценивать соблюдение требований к упаковке продукции, выявлять основные дефекты упаковки; - работать с товаросопроводительными документами и оформлять первичную документацию по движению продукции; осуществлять учет торговых операций по хранению, транспортированию и реализации продукции, контроль наличия материальных ресурсов и продукции на складах; - проводить инвентаризацию товарно-материальных ценностей и оформлять ее результаты; - эксплуатировать и проводить оценку эффективности использования торгово-технологического оборудования и холодильной техники при реализации, хранении и транспортировании продукции 	
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-2 ПК-4 ПК-6 ПК-7	<p>ПК-2.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4</p>	<p>Знает с незначительными замечаниями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современный российский и зарубежный опыт в области разработки внедрения и совершенствования внутренней системы управления качеством (менеджмента качества) в организации; - нормативно-правовые акты в сфере закупки и продажи товаров, а также защиты прав потребителей; - порядок рассмотрения претензий и рекламаций к качеству товаров; - виды локальных нормативных актов, документов и отчетов о предотвращении выпуска, поставки и реализации продукции, не соответствующей требованиям технических регламентов, стандартов (технических условий), утвержденным образцам (эталонам) и технической документации, условиям поставок и договоров; - виды коммерческих предложений, основные критерии выбора поставщиков продукции с учетом требований к качеству и безопасности, тенденций спроса, моды и новых технологий производства; - процессы разработки торгово-закупочной политики организации; - основные правила организации и ведения торгово-закупочной деятельности организации, виды и основные условия договоров; - методы контроля и способы повышения эффективности торгово-закупочной деятельности нормативную и техническую документацию по правилам приемки и оценки качества и безопасности продукции требования к качеству и безопасности продукции, установленные нормативно-технической документацией (техническими регламентами, стандартами и другими документами); - требования к упаковке и маркировке продукции, правила и сроки хранения, транспортирования и реализации продукции, способы и требования, предъявляемые к складированию товарно-материальных ценностей; - нормативные акты в области оформления товаросопроводительных документов, порядок документального отражения торговых операций, виды и формы товаросопроводительных документов, 	Повышенный

			<p>правила оформления документации по учету торговых операций;</p> <ul style="list-style-type: none"> - порядок проведения и оформления результатов инвентаризации товарно-материальных ценностей, функциональные возможности современных технических средств сбора, передачи и обработки учетной информации; - основные проблемы научно-технического развития техники торговли; основные виды и функциональные возможности торгово-технологического оборудования и холодильной техники, принципы их работы; эксплуатационные показатели торгово-технологического оборудования и холодильной техники. <p>Умеет с незначительными замечаниями: - применять современные методологии совершенствования технологических процессов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике нормативно-техническую документацию в сфере закупки и продажи товаров, а также защиты прав потребителей; - принимать и анализировать рекламации и претензии к качеству товаров; - применять нормативно-техническую документацию в области претензионной работы предприятия; - анализировать коммерческие предложения с учетом требований к качеству и безопасности, моды и спроса, новых технологий производства, выстраивать взаимовыгодные отношения с поставщиками; - планировать материально-техническое обеспечение предприятия, разрабатывать торгово-закупочную политику организации; - организовывать и поддерживать торговые связи с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта (продажи) товаров, составлять и анализировать договоры, применяемые в коммерческой деятельности; - контролировать выполнение договорных обязательств, разрабатывать мероприятия по повышению эффективности торгово-закупочной деятельности; - применять нормативную и техническую документацию по правилам приемки и оценки качества и безопасности продукции; - проводить приемку продукции по количеству, качеству и комплектности, определять требования к продукции разных видов и групп и устанавливать соответствие ее качества и безопасности техническим регламентам, стандартам и другим нормативным документам; - правильно размещать продукцию на хранение; осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товарно-материальных ценностей, оценивать соблюдение требований к упаковке продукции, выявлять основные дефекты упаковки; - работать с товаросопроводительными документами и оформлять первичную документацию по движению продукции; осуществлять учет торговых операций по хранению, транспортированию и реализации продукции, контроль наличия материальных ресурсов и продукции на складах; - проводить инвентаризацию товарно-материальных ценностей и оформлять ее результаты; - эксплуатировать и проводить оценку эффективности использования торгово-технологического оборудования и холодильной техники при реализации, хранении и транспортировании продукции 	
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ПК-2 ПК-4 ПК-6 ПК-7	<p>ПК-2.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4</p> <p>Знает на базовом уровне, с ошибками: - современный российский и зарубежный опыт в области разработки внедрения и совершенствования внутренней системы управления качеством (менеджмента качества) в организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативно-правовые акты в сфере закупки и продажи товаров, а также защиты прав потребителей; - порядок рассмотрения претензий и рекламаций к качеству товаров; - виды локальных нормативных актов, документов и отчетов о предотвращении выпуска, поставки и реализации продукции, не соответствующей требованиям технических регламентов, стандартов (технических условий), утвержденным образцам (эталонам) и технической документации, условиям поставок и договоров; 	Базовый

			<ul style="list-style-type: none"> - виды коммерческих предложений, основные критерии выбора поставщиков продукции с учетом требований к качеству и безопасности, тенденций спроса, моды и новых технологий производства; - процессы разработки торгово-закупочной политики организации; - основные правила организации и ведения торгово-закупочной деятельности организации, виды и основные условия договоров; - методы контроля и способы повышения эффективности торгово-закупочной деятельности нормативную и техническую документацию по правилам приемки и оценки качества и безопасности продукции требования к качеству и безопасности продукции, установленные нормативно-технической документацией (техническими регламентами, стандартами и другими документами); - требования к упаковке и маркировке продукции, правила и сроки хранения, транспортирования и реализации продукции, способы и требования, предъявляемые к складированию товарно-материальных ценностей; - нормативные акты в области оформления товаросопроводительных документов, порядок документального отражения торговых операций, виды и формы товаросопроводительных документов, правила оформления документации по учету торговых операций; - порядок проведения и оформления результатов инвентаризации товарно-материальных ценностей, функциональные возможности современных технических средств сбора, передачи и обработки учетной информации; - основные проблемы научно-технического развития техники торговли; основные виды и функциональные возможности торгово-технологического оборудования и холодильной техники, принципы их работы; эксплуатационные показатели торгово-технологического оборудования и холодильной техники. <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: - применять современные методологии совершенствования технологических процессов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять на практике нормативно-техническую документацию в сфере закупки и продажи товаров, а также защиты прав потребителей; - принимать и анализировать рекламации и претензии к качеству товаров; - применять нормативно-техническую документацию в области претензионной работы предприятия; - анализировать коммерческие предложения с учетом требований к качеству и безопасности, моды и спроса, новых технологий производства, выстраивать взаимовыгодные отношения с поставщиками; - планировать материально-техническое обеспечение предприятия, разрабатывать торгово-закупочную политику организации; - организовывать и поддерживать торговые связи с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта (продажи) товаров, составлять и анализировать договоры, применяемые в коммерческой деятельности; - контролировать выполнение договорных обязательств, разрабатывать мероприятия по повышению эффективности торгово-закупочной деятельности; - применять нормативную и техническую документацию по правилам приемки и оценки качества и безопасности продукции; - проводить приемку продукции по количеству, качеству и комплектности, определять требования к продукции разных видов и групп и устанавливать соответствие ее качества и безопасности техническим регламентам, стандартам и другим нормативным документам; - правильно размещать продукцию на хранение; осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товарно-материальных ценностей, оценивать соблюдение требований к упаковке продукции, выявлять основные дефекты упаковки; - работать с товаросопроводительными документами и оформлять первичную документацию по 	
--	--	--	--	--

				<p>движению продукции; осуществлять учет торговых операций по хранению, транспортированию и реализации продукции, контроль наличия материальных ресурсов и продукции на складах;</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить инвентаризацию товарно-материальных ценностей и оформлять ее результаты; - эксплуатировать и проводить оценку эффективности использования торгового-технологического оборудования и холодильной техники при реализации, хранении и транспортировании продукции 	
<p>менее 50 баллов</p>	<p>«неудовлетворительно»</p>	<p>ПК-2 ПК-4 ПК-6 ПК-7</p>	<p>ПК-2.3 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4</p>	<p>Не знает на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современный российский и зарубежный опыт в области разработки внедрения и совершенствования внутренней системы управления качеством (менеджмента качества) в организации; - нормативно-правовые акты в сфере закупки и продажи товаров, а также защиты прав потребителей; - порядок рассмотрения претензий и рекламаций к качеству товаров; - виды локальных нормативных актов, документов и отчетов о предотвращении выпуска, поставки и реализации продукции, не соответствующей требованиям технических регламентов, стандартов (технических условий), утвержденным образцам (эталонам) и технической документации, условиям поставок и договоров; - виды коммерческих предложений, основные критерии выбора поставщиков продукции с учетом требований к качеству и безопасности, тенденций спроса, моды и новых технологий производства; - процессы разработки торгового-закупочной политики организации; - основные правила организации и ведения торгового-закупочной деятельности организации, виды и основные условия договоров; - методы контроля и способы повышения эффективности торгового-закупочной деятельности <p>нормативную и техническую документацию по правилам приемки и оценки качества и безопасности продукции требования к качеству и безопасности продукции, установленные нормативно-технической документацией (техническими регламентами, стандартами и другими документами);</p> <ul style="list-style-type: none"> - требования к упаковке и маркировке продукции, правила и сроки хранения, транспортирования и реализации продукции, способы и требования, предъявляемые к складированию товарно-материальных ценностей; - нормативные акты в области оформления товаросопроводительных документов, порядок документального отражения торговых операций, виды и формы товаросопроводительных документов, правила оформления документации по учету торговых операций; - порядок проведения и оформления результатов инвентаризации товарно-материальных ценностей, функциональные возможности современных технических средств сбора, передачи и обработки учетной информации; - основные проблемы научно-технического развития техники торговли; основные виды и функциональные возможности торгового-технологического оборудования и холодильной техники, принципы их работы; эксплуатационные показатели торгового-технологического оборудования и холодильной техники. <p>Не умеет на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять современные методологии совершенствования технологических процессов; - применять на практике нормативно-техническую документацию в сфере закупки и продажи товаров, а также защиты прав потребителей; - принимать и анализировать рекламации и претензии к качеству товаров; - применять нормативно-техническую документацию в области претензионной работы предприятия; - анализировать коммерческие предложения с учетом требований к качеству и безопасности, моды и спроса, новых технологий производства, выстраивать взаимовыгодные отношения с поставщиками; - планировать материально-техническое обеспечение предприятия, разрабатывать торгового-закупочную политику организации; 	<p>Компетенции не сформированы</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - организовывать и поддерживать торговые связи с поставщиками и покупателями на рынке закупок и сбыта (продажи) товаров, составлять и анализировать договоры, применяемые в коммерческой деятельности; - контролировать выполнение договорных обязательств, разрабатывать мероприятия по повышению эффективности торгово-закупочной деятельности; - применять нормативную и техническую документацию по правилам приемки и оценки качества и безопасности продукции; - проводить приемку продукции по количеству, качеству и комплектности, определять требования к продукции разных видов и групп и устанавливать соответствие ее качества и безопасности техническим регламентам, стандартам и другим нормативным документам; - правильно размещать продукцию на хранение; осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товарно-материальных ценностей, оценивать соблюдение требований к упаковке продукции, выявлять основные дефекты упаковки; - работать с товаросопроводительными документами и оформлять первичную документацию по движению продукции; осуществлять учет торговых операций по хранению, транспортированию и реализации продукции, контроль наличия материальных ресурсов и продукции на складах; - проводить инвентаризацию товарно-материальных ценностей и оформлять ее результаты; - эксплуатировать и проводить оценку эффективности использования торгово-технологического оборудования и холодильной техники при реализации, хранении и транспортировании продукции 	
--	--	--	---	--