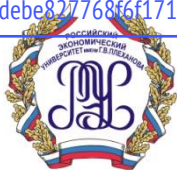



Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Петровская Анна Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 09.10.2024 14:22:29  
Уникальный программный ключ:  
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

*Приложение 6 к основной профессиональной образовательной программе  
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело  
направленность (профиль) программы «Коммерция»*



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

Кафедра торговли и общественного питания

УТВЕРЖДЕНО  
Протоколом заседания кафедры  
торговли и общественного питания  
от «28» марта 2019 г. № 8  
Зав. КТП, к.э.н., доц.  С.Н. Дьянова

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
для студентов приема 2020 г.**


**Б1.В.15 УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

**Направление подготовки  
38.03.06 Торговое дело**

**Направленность (профиль) программы  
«Коммерция»**

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Программа подготовки **академический бакалавриат**

Составитель:  
к.э.н., доцент  
 С.Н. Дьянова

Краснодар  
2019

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....</b>	<b>3</b>
<b>2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ .....</b>	<b>3</b>
<b>3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....</b>	<b>4</b>
<b>4. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.....</b>	<b>5</b>
<b>5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ .....</b>	<b>6</b>
<b>6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....</b>	<b>10</b>
<b>7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....</b>	<b>10</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ:</b>	
1. <i>Комплект тестовых заданий для входного контроля.....</i>	12
2. <i>Комплект тестовых заданий по теме 2: «Торговые организации и принципы управления их деятельностью».....</i>	16
3. <i>Комплект тестовых заданий по теме 4: «Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле».....</i>	19
4. <i>Комплект тестовых заданий по теме 5: «Управление торгово- технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях».....</i>	23
5. <i>Комплект тестовых заданий по теме 7: «Управление персоналом предприятий торговли».....</i>	27
6. <i>Вопросы для собеседования.....</i>	30
7. <i>Тематика рефератов.....</i>	34
8. <i>Ситуационные творческие задания.....</i>	36
9. <i>Комплект заданий для выполнения контрольной работы.....</i>	38
10. <i>Комплект заданий для выполнения контрольной работы студентами заочной формы обучения.....</i>	40
11. <i>Перечень вопросов, практических заданий к зачету.....</i>	44

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Оценочные материалы по учебной дисциплине «Управление торговой организацией» являются неотъемлемой частью нормативно-методического обеспечения системы оценки знаний и уровня сформированности компетенций обучающихся направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленности (профиля) программы «Коммерция» и обеспечивает качество образовательного процесса.

Оценочные материалы входят в состав ОПОП ВО, представляет собой совокупность контролируемых материалов, предназначенных для измерения уровня достижения обучающихся установленных результатов обучения, указанных в рабочей программе учебной дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине используются при входном контроле уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, при проведении текущего контроля успеваемости (контроля самостоятельной работы) и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине с учетом требований:

«Положения о текущем контроле, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о разработке основных профессиональных образовательных программ подготовки бакалавров, специалистов и магистров в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Входной контроль уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины проводится с целью определения реального уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин.

Виды оценочных материалов по учебной дисциплине «Управление торговой организацией» соответствуют образовательным технологиям, представленным в рабочей программе учебной дисциплины, в календарно-тематическом плане учебной дисциплины.

## **2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ**

Целью разработки оценочных материалов по учебной дисциплине «Управление торговой организацией» является установление соответствия знаний и уровня сформированности компетенций студента на данном этапе обучения требованиям рабочей программы учебной дисциплины.

Задачи, решаемые при помощи оценочных материалов по учебной дисциплине:

-управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки;

-оценка достижений студентов в процессе изучения учебной дисциплины;

-обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс;

- оценка степени освоения особенностей организации торговой деятельности предприятий оптовой и розничной торговли, реализации основных торговых процедур и операций: установления хозяйственных связей, формирование товарного ассортимента, закупки и реализации товаров и услуг, организации и управления системой сбыта товаров;

- сформировать навыки анализа эффективности деятельности торговых предприятий.

### **3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Изучение учебной дисциплины «Управление торговой организацией» направлено на формирование следующих компетенций:

ПК-2 – способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери.

ПК-5 – способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.

ПК-6 – способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

ПК-8 – готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания.

Основными этапами формирования данных компетенций при изучении дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебной дисциплины. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями.

Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций обучающимися.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (таблица 1):

Таблица 1

Разделы (темы) дисциплины (модулей)	Формируемые компетенции (коды компетенций)			
	ПК-2	ПК-5	ПК-6	ПК-8
Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей	+			
Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью	+		+	+
Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли	+		+	
Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле	+			+
Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях	+		+	+
Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях				+
Тема 7. Управление персоналом предприятий торговли		+		

#### 4. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»

Оценочные материалы по учебной дисциплине «Управление торговой организацией» включает контрольные материалы для проведения входного контроля уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, текущего контроля и промежуточной аттестации с указанием этапов формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, таблица 2:

Таблица 2

Контролируемые разделы, темы дисциплины (в соответствии с РПД или программой практики)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочные материалы		
		тестовые задания, кол-во	Другие оценочные материалы	
			вид	кол-во (комплект, перечень)
<b>Входной контроль</b>				
1. Концептуальные основы управления торговлей	ПК-2	20	Тесты	1
<b>Текущий контроль</b>				
1. Концептуальные основы управления торговлей	ПК-2	-	Вопросы для собеседования	1
			Тематика рефератов	1
2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью	ПК-2, ПК-6, ПК-8	20	Вопросы для собеседования	1
			Вопросы к контрольной работе	1
			тест	1
3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли	ПК-2, ПК-6	-	Вопросы для собеседования, ситуационные творческие задания	1
				1
4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле	ПК-2, ПК-8	20	Вопросы для собеседования, вопросы к контрольной работе, тесты	1
				1
				1
5. Управление торгово- технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях	ПК-2, ПК-6, ПК-8	25	Вопросы для собеседования, ситуационные творческие задания, тесты	1
				1
				1
6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях	ПК-8	-	Вопросы для собеседования, тематика рефератов, вопросы к контрольной работе	1
				1
				1
7. Управление персоналом предприятий торговли	ПК-5	20	Вопросы для собеседования, тематика	1

			рефератов, тест	1 1
<b>Промежуточная аттестация</b>	ПК-2, ПК-5, ПК-6, ПК-8	-	Вопросы к зачету	1
Всего	ПК-2, ПК-5, ПК-6, ПК-8	105	6	21

## 5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

Контроль сформированности компетенции осуществляется с позиции оценивания составляющих ее частей по трёхкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием разделов (тем) дисциплины (см. Раздел II «Содержание дисциплины» РПД).

Оценивание компетенций в рамках изучения данной дисциплины осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля.

В рамках текущего контроля оценивается отдельно взятая компетенция на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины знаний, умений и навыков. В ходе изучения данной дисциплины осваивается определенный этап формирования компетенции.

В рамках промежуточного контроля осуществляется оценка уровня обученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения дисциплины. При оценке обучаемого в процессе определения уровня освоения учебной дисциплины в качестве основного критерия выступает наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

**Итоговый балл** формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией в течение семестра. Для обучающихся очной формы применяется 100-балльная оценка знаний, для обучающихся заочной формы обучения – традиционная четырехбалльная система оценки знаний (таблица 3).

Таблица 3

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

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	«отлично» «зачтено»	ПК-2	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> особенности управления торгово-технологическими процессами торговой организации, регулирования процессов хранения товаров, проведения инвентаризации <b>Умеет верно и в полном объеме</b> осуществлять управление торгово-технологическими процессами торговой организации, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию <b>Владеет верно и в полном объеме:</b> технологиями управления торгово-технологическим процессом торговой организации

		ПК-5	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> особенности управления торговым персоналом организации, основы организационно-управленческой работы с коллективом отдела продаж</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> управлять торговым персоналом организации, вносить организационные изменения в структуру отдела продаж</p> <p><b>Владет верно и в полном объеме:</b> способами управления торговым персоналом организации, приемами организационно-управленческой работы с коллективом отдела продаж</p>
		ПК-6	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> содержание закупочно-сбытовой деятельности, критерии выбора поставщиков, особенности заключения договоров с ними и контроля их выполнения</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> управлять закупочно-сбытовой деятельностью торговой организации, выбирать поставщиков, проводить с ними деловые переговоры, согласовывать условия поставок</p> <p><b>Владет верно и в полном объеме:</b> навыками управления закупочно-сбытовой деятельностью, выбора поставщиков, заключения договоров, этикой делового общения</p>
		ПК-8	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли, методы оценки уровня качества торгового обслуживания</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> проводить оценку и обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p> <p><b>Владет верно и в полном объеме:</b> методикой оценки уровня качества торгового обслуживания, принципы управления торговым обслуживанием</p>
70 – 84 баллов	«хорошо» «зачтено»	ПК-2	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> особенности управления торгово-технологическими процессами торговой организации, регулирования процессов хранения товаров, проведения инвентаризации</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> осуществлять управление торгово-технологическими процессами торговой организации, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию</p> <p><b>Владет с незначительными замечаниями:</b> технологиями управления торгово-технологическим процессом торговой организации</p>
		ПК-5	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> особенности управления торговым персоналом организации, основы организационно-управленческой работы с коллективом отдела продаж</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> управлять торговым персоналом организации, вносить организационные изменения в структуру отдела продаж</p> <p><b>Владет с незначительными замечаниями:</b> способами управления торговым персоналом организации, приемами организационно-управленческой работы с коллективом отдела продаж</p>

		ПК-6	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> содержание закупочно-сбытовой деятельности, критерии выбора поставщиков, особенности заключения договоров с ними и контроля их выполнения</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> управлять закупочно-сбытовой деятельностью торговой организации, выбирать поставщиков, проводить с ними деловые переговоры, согласовывать условия поставок</p> <p><b>Владеет с незначительными замечаниями:</b> навыками управления закупочно-сбытовой деятельностью, выбора поставщиков, заключения договоров, этикой делового общения</p>
		ПК-8	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли, методы оценки уровня качества торгового обслуживания</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> проводить оценку и обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p> <p><b>Владеет с незначительными замечаниями:</b> методикой оценки уровня качества торгового обслуживания, принципы управления торговым обслуживанием</p>
50 – 69 баллов	«удовлетворительно» «зачтено»	ПК-2	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> требования особенности управления торгово-технологическими процессами торговой организации, регулирования процессов хранения товаров, проведения инвентаризации</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> осуществлять управление торгово-технологическими процессами торговой организации, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> технологиями управления торгово-технологическим процессом торговой организации</p>
		ПК-5	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> особенности управления торговым персоналом организации, основы организационно-управленческой работы с коллективом отдела продаж</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> управлять торговым персоналом организации, вносить организационные изменения в структуру отдела продаж</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> способами управления торговым персоналом организации, приемами организационно-управленческой работы с коллективом отдела продаж</p>
		ПК-6	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> содержание закупочно-сбытовой деятельности, критерии выбора поставщиков, особенности заключения договоров с ними и контроля их выполнения</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> управлять закупочно-сбытовой деятельностью торговой организации, выбирать поставщиков, проводить с ними деловые переговоры, согласовывать условия поставок</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками управления закупочно-сбытовой деятельностью, выбора поставщиков, заключения договоров, этикой делового общения</p>
		ПК-8	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли, методы оценки уровня качества торгового обслуживания</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> проводить</p>



			оценку и обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания <b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> методикой оценки уровня качества торгового обслуживания, принципы управления торговым обслуживанием
менее 50 баллов	«неудовлетворительно» «не зачтено»	ПК-2	<b>Не знает на базовом уровне:</b> особенности управления торгово-технологическими процессами торговой организации, регулирования процессов хранения товаров, проведения инвентаризации <b>Не умеет на базовом уровне:</b> осуществлять управление торгово-технологическими процессами торговой организации, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию <b>Не владеет на базовом уровне:</b> технологиями управления торгово-технологическим процессом торговой организации
		ПК-5	<b>Не знает на базовом уровне:</b> особенности управления торговым персоналом организации, основы организационно-управленческой работы с коллективом отдела продаж <b>Не умеет на базовом уровне:</b> управлять торговым персоналом организации, вносить организационные изменения в структуру отдела продаж <b>Не владеет на базовом уровне:</b> способами управления торговым персоналом организации, приемами организационно-управленческой работы с коллективом отдела продаж
		ПК-6	<b>Не знает на базовом уровне:</b> содержание закупочно-сбытовой деятельности, критерии выбора поставщиков, особенности заключения договоров с ними и контроля их выполнения <b>Не умеет на базовом уровне:</b> управлять закупочно-сбытовой деятельностью торговой организации, выбирать поставщиков, проводить с ними деловые переговоры, согласовывать условия поставок <b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками управления закупочно-сбытовой деятельностью, выбора поставщиков, заключения договоров, этикой делового общения
		ПК-8	<b>Не знает на базовом уровне:</b> организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли, методы оценки уровня качества торгового обслуживания <b>Не умеет на базовом уровне:</b> проводить оценку и обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания <b>Не владеет на базовом уровне:</b> методикой оценки уровня качества торгового обслуживания, принципы управления торговым обслуживанием

Оценка «Не зачтено» ставятся также в случаях, если студент не приступал к выполнению задания, списывал, фальсифицировал данные и результаты работы. Результирующая оценка по итогам текущего контроля рассчитывается как сумма взвешенных оценок, полученных по итогам выполнения всех заданий.

Фонды оценочных средств сформированы на бумажном и электронном носителях и хранятся на кафедре.

На сайте филиала в свободном доступе для студентов размещены фонды оценочных средств: для подготовки к практическим занятиям, выполнению самостоятельной работы, вопросы к зачету.

## **6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **Текущий контроль**

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение периода теоретического обучения по всем видам аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающегося в соответствии с утвержденным графиком учебного процесса, а также проведения научно-исследовательской работы, практик.

Типовые контрольные задания и иные оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности представлены в Приложениях 1-10.

### **Промежуточная аттестация**

Вопросы для проведения промежуточной аттестации соотносятся соответственно со знаниевыми компонентами, умениями, навыками, характеризующими этапы формирования компетенций в рамках изучаемой дисциплины.

Вопросы к зачету с практическими заданиями и представлены в Приложении 11.

## **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Оценка знаний, умений, навыков, и (или) опыта деятельности, характеризующая этапы формирования компетенций в результате освоения дисциплины проводится в форме текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обучающихся - текущая аттестация - проводится в течение семестра в ходе аудиторных и внеаудиторных занятий с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, совершенствованию методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

Контроль за выполнением обучающимися каждого вида работ проводится поэтапно и служит основанием для промежуточной аттестации по дисциплине. Все виды текущего контроля осуществляются в процессе контактной работы преподавателя с обучающимся.

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков, характеризующие этапы формирования компетенций.

Процедура оценивания знаний, умений и (или) опыта деятельности, обучающихся основывается на следующих принципах:

1. Регулярность и периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Надежность, использование единообразных стандартов и критериев оценивания.
3. Справедливость – разные обучающиеся должны иметь равные возможности.
4. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
5. Соблюдение последовательности проведения оценки: развитие компетенций идет по возрастанию - поэтапно, и оценочные средства на каждом этапе учитывают это развитие.

6. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков и дальнейшему развитию.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью определения соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС ВО. Промежуточная аттестация проводится после завершения изучения дисциплины в соответствии с рабочей программой. Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (таблица 5).

Таблица 5

Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства по дисциплине	Методы оценки результатов
1. Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовое задание входного контроля (Приложение 1), тесты по темам (приложение 2-5)	экспертный
2. Вопросы для собеседования	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя со студентами	Вопросы по темам, разделам дисциплины (Приложение 6)	экспертный
4. Реферат	Средство, позволяющее оценить умение студента письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика рефератов (Приложение 7)	экспертный
5. Задания для контрольной работы	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента путем развернутых письменных ответов на поставленные вопросы.	Вопросы по темам (Приложение 8)	экспертный
6. Задания для контрольной работы студентов заочной формы обучения	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента путем развернутых письменных ответов на поставленные вопросы.	Вопросы по темам (Приложение 9)	экспертный
7. Ситуационные творческие задания	Средство, позволяющее оценить умение студента работать в команде, распределять и выполнять поставленные задачи, письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ фактических данных, делать выводы и разрабатывать рекомендации.	Практическое задание (Приложение 10)	экспертный
8. Зачет	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента в письменной или устной форме по всем темам, разделам изученной дисциплины	Вопросы к зачету (Приложение 11)	экспертный

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Комплект тестов (тестовых заданий)  
для входного контроля по дисциплине  
«Управление торговой организацией»**

**Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей**

**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

**Критерии оценки:**

Оценка «отлично» (1 балл) выставляется при условии правильного ответа студента не менее,

чем на 85% тестовых заданий;

оценка «хорошо» (**0,8 балла**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 70% тестовых заданий;

оценка «удовлетворительно» (**0,5 балла**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 50% тестовых заданий;

оценка «неудовлетворительно» (**0,2 балла и менее**) выставляется при условии, если студент правильно ответил менее, чем на 50% тестовых заданий.

Составитель, к.э.н., доцент \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ М.А. Дубинина

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Комплект тестов (тестовых заданий)  
по дисциплине «Управление торговой организацией»**

**Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью**

**1. Тестовое задание 1:**

*Функциональное управление это:*

- А. управление по отдельным функциям (маркетинг, финансы, сбыт, кадры) при котором высшее звено руководит сотрудниками низовых уровней, но только в пределах одной функции
- Б. деление организации на элементы и блоки по видам товаров или услуг, группам потребителей или географическим районам
- В. высшее звено руководителей в значительной мере освобождается от вспомогательных функций в процессе управления

**2. Тестовое задание 2:**

*Перечисленное ниже утверждение относится к:*

*выработка и принятие решений осуществляются руководителем совместно с подчинёнными, исполнители знают свой круг обязанностей и чётко взаимодействуют друг с другом.*

- А. демократическому стилю управления;
- Б. директивному стилю управления.

**3. Тестовое задание 3:**

*Структурное подразделение, назначением которого является хранение и переработка товарных запасов в специально обособленном помещении – это:*

- А. товарный склад
- Б. розничный магазин
- В. оптовая база
- Г. подсобное помещение

**4. Тестовое задание 4:**

*Разработка плана оптовых продаж может осуществляться следующими методами:*

- А. «Планирование от потребностей»
- Б. «Планирование от рынка».

**5. Тестовое задание 5:**

*Суть «Планирования от потребностей» заключается в следующем:*

- А. Итоги продаж предыдущего года автоматически переносятся на текущий год с учетом небольшого увеличения, закладываемого руководством фирмы.
- Б. Наибольшие итоги продаж в определенном квартале предыдущего года переносятся на кварталы текущего года.
- В. Итоги продаж за месяц предыдущего года автоматически переносят по месяцам текущего года, без каких-либо изменений.

**6. Тестовое задание 6:**

*Суть «Планирования оптовых продаж от рынка» заключается в следующем:*

- А. Учитывает динамику развития рынка, поведение покупателей, основывается на стратегических целях и задачах компании.
- Б. Учитывает динамику развития рынка, поведение покупателей.



В. Основывается на стратегических целях и задачах компании.

**7. Тестовое задание 7:**

**Планирование продаж в розничной торговле включает прогнозирование на основе:**

- А. Экспертных данных.
- Б. Данных о результатах процессов.
- В. Данных о показателях процессов.

**8. Тестовое задание 8:**

**Метод экспертных оценок основывается:**

- А. На субъективной оценке экспертов, исследующих реальную ситуацию, сложившуюся на рынке и дающих прогноз на ближайшую перспективу.
- Б. На объективном анализе количественных показателей.
- В. На субъективной оценке экспертами рынка в целях долгосрочных прогнозов.

**9. Тестовое задание 9:**

**Метод прогнозирования продаж на основе данных о результатах процессов основывается:**

- А. На данных об объемах продаж компании в прошлых периодах.
- Б. На данных о максимальных объемах продаж компании в предшествующем плановому периоде.
- В. На данных об объемах продаж конкурентов.

**10. Тестовое задание 10:**

**Метод прогнозирования продаж на основе данных о показателях процессов имеет целью:**

- А. Оценить возможный объем продаж.
- Б. Получить информацию о том, какие управленческие воздействия надо произвести, чтобы реальный и запланированный объемы продаж совпали.
- В. Спрогнозировать объемы продаж на долгосрочную перспективу.

**11. Тестовое задание 11:**

**Предмет науки управления, это:**

- А. Природа управленческих отношений
- Б. Труд людей в управлении
- В. Законы управления
- Г. Методы управления.

**12. Тестовое задание 12:**

**Предметом управленческого труда торговой организации является:**

- А. Ресурсы организации
- Б. Информация
- В. Техника производства

**13. Тестовое задание 13:**

**Организация как система управления характеризуется:**

- А. Наличием признаков, присущих системам управления
- Б. Наличием оборудования
- В. Территориальным расположением

**14. Тестовое задание 14:**

**Система управления, это:**

- А. Совокупность работ, определяющих направление деятельности
- Б. Совокупность взаимосвязанных элементов в пространстве, расположенных иерархически; +
- В. Состав подразделений

**15. Тестовое задание 15:**

**Организационная структура отражает:**

- А. Строение системы управления
- Б. Мотивацию персонала
- В. Техническое оснащение

**16. Тестовое задание 16:**

**Организация в системе управления представляет:**

- А. Конкретную форму объединения людей для достижения поставленных целей
- Б. Объединение функций
- В. Объединение решений

**17. Тестовое задание 17:**

**Основу любой организации составляют:**

- А. Структура документопотока
- Б. Структура управления
- В. Коммуникации

**18. Тестовое задание 18:**

**Структура управления - это:**

- А. Количество уровней и подразделений в пределах каждого уровня
- Б. Количество сотрудников
- В. Количество управленческих процедур

**19. Тестовое задание 19:**

**Функция управления – это:**

- А. Одна из характеристик процесса управления
- Б. Подразделение в системе управления
- В. Документация в системе управления

**20. Тестовое задание 20:**

**Планирование – это:**

- А. Функция управления
- Б. Сфера деятельности
- В. Объект управления

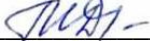
**Критерии оценки:**

Оценка «отлично» (**1 балл**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 85% тестовых заданий;

оценка «хорошо» (**0,8 балла**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 70% тестовых заданий;

оценка «удовлетворительно» (**0,5 балла**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 50% тестовых заданий;

оценка «неудовлетворительно» (**0,2 балла и менее**) выставляется при условии, если студент правильно ответил менее, чем на 50% тестовых заданий.

Составитель, к.э.н., доцент \_\_\_\_\_  М.А. Дубинина

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Комплект тестов (тестовых заданий)  
по дисциплине «Управление торговой организацией»**

**Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле**

**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 ассортимента 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.

**Критерии оценки:**

Оценка «отлично» (**1 балл**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 85% тестовых заданий;

оценка «хорошо» (**0,8 балла**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 70% тестовых заданий;

оценка «удовлетворительно» (**0,5 балла**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 50% тестовых заданий;

оценка «неудовлетворительно» (**0,2 балла и менее**) выставляется при условии, если студент правильно ответил менее, чем на 50% тестовых заданий.

Составитель, к.э.н., доцент \_\_\_\_\_  М.А. Дубинина

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Комплект тестов (тестовых заданий)  
по дисциплине «Управление торговой организацией»**

**Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных  
торговых организациях**

**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)  $P = V \times T \times z \times S$

- в)  $P = H \times T \times Z \times B$
- г)  $P = B \times H$

**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

**Критерии оценки:**

Оценка «отлично» (**1 балл**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 85% тестовых заданий;

оценка «хорошо» (**0,8 балла**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 70% тестовых заданий;

оценка «удовлетворительно» (**0,5 балла**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 50% тестовых заданий;

оценка «неудовлетворительно» (**0,2 балла и менее**) выставляется при условии, если студент правильно ответил менее, чем на 50% тестовых заданий.

Составитель, к.э.н., доцент



М.А.Дубинина

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

**Кафедра торговли и общественного питания**

**Комплект тестов (тестовых заданий)  
по дисциплине «Управление торговой организацией»**

**Тема 7. Управление персоналом предприятий торговли**

**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:**

Оценка «отлично» (**1 балл**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 85% тестовых заданий;

оценка «хорошо» (**0,8 балла**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 70% тестовых заданий;

оценка «удовлетворительно» (**0,5 балла**) выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 50% тестовых заданий;

оценка «неудовлетворительно» (**0,2 балла и менее**) выставляется при условии, если студент правильно ответил менее, чем на 50% тестовых заданий.

Составитель, к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

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

**Кафедра торговли и общественного питания**

**Вопросы для собеседования**  
**по дисциплине по дисциплине «Управление торговой организацией»**

**Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей**

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?

**Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью**

1. Назовите факторы, обуславливающие возрастающую роль управления в условиях рынка
2. Какие особенности можно выделить в управление оптовым и розничным предприятием?
3. Назовите положения, которые составляют концепцию совершенствования управления коммерческой деятельности
4. Назовите общие функции процесса управления коммерческой деятельности торгового предприятия
5. Охарактеризуйте общие принципы построения управления коммерческой деятельностью торгового предприятия
6. Опишите основные составные элементы организационной структуры управления
7. Какие требования предъявляются для построения эффективной организационной структуры управления?
8. Дайте характеристику вариантов организационной структуры коммерческих служб оптовых предприятий.
9. Раскройте содержание стратегического планирования коммерческой деятельности оптового предприятия.
10. Объясните, какова миссия коммерческой деятельности в функционировании оптового предприятия при рыночных отношениях?
11. Перечислите основные составляющие факторы формирования стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия.

### **Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли**

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 стратегического планирования на предприятиях оптовой и розничной торговли.
5. Назовите проблемы, которые решает формирование 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?

### **Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле**

1. Объясните на конкретных примерах возможность применения различных концепций управления в деятельности торговых предприятий.
2. Объясните возможность использования принципов маркетинга в управлении торговым предприятием.
3. Рассмотрите примеры влияния факторов внешней среды на деятельность торговых 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?

### **Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях**

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.

### **Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях**

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.

### **Тема 7. Управление персоналом предприятий торговли**

1. Дайте характеристику персонала торгового предприятия.
2. Опишите систему мотивации персонала в торговле.
3. Из каких работников состоит управленческий персонал?
4. Какие общие требования в соответствии с ГОСТ Р 51305-99 предъявляют к обслуживающему персоналу торгового предприятия.
5. Опишите деление персонала торгового предприятия по категориям работников по общей форме функционального разделения их труда.
6. На каких принципах базируется процесс управления персоналом торгового предприятия?
7. Какие требования предъявляются к системе оплаты труда в торговле? Опишите систему мотивации труда, складывающуюся из материальных и нематериальных блоков.

#### **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.

Составитель, к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

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

**Кафедра торговли и общественного питания**

**Тематика рефератов  
по дисциплине «Управление торговой организацией»**

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 оценивания реферата:**

**1 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;

**0,8 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;

**0,5 балла** - 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



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

Кафедра торговли и общественного питания

**Ситуационные творческие задания  
 по дисциплине «Управление торговой организацией»**

**Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли**

Творческое задание 1

Укажите функции управления коммерческой деятельности на предприятиях торговли (на примере оптового или розничного предприятия) и дайте обоснование.

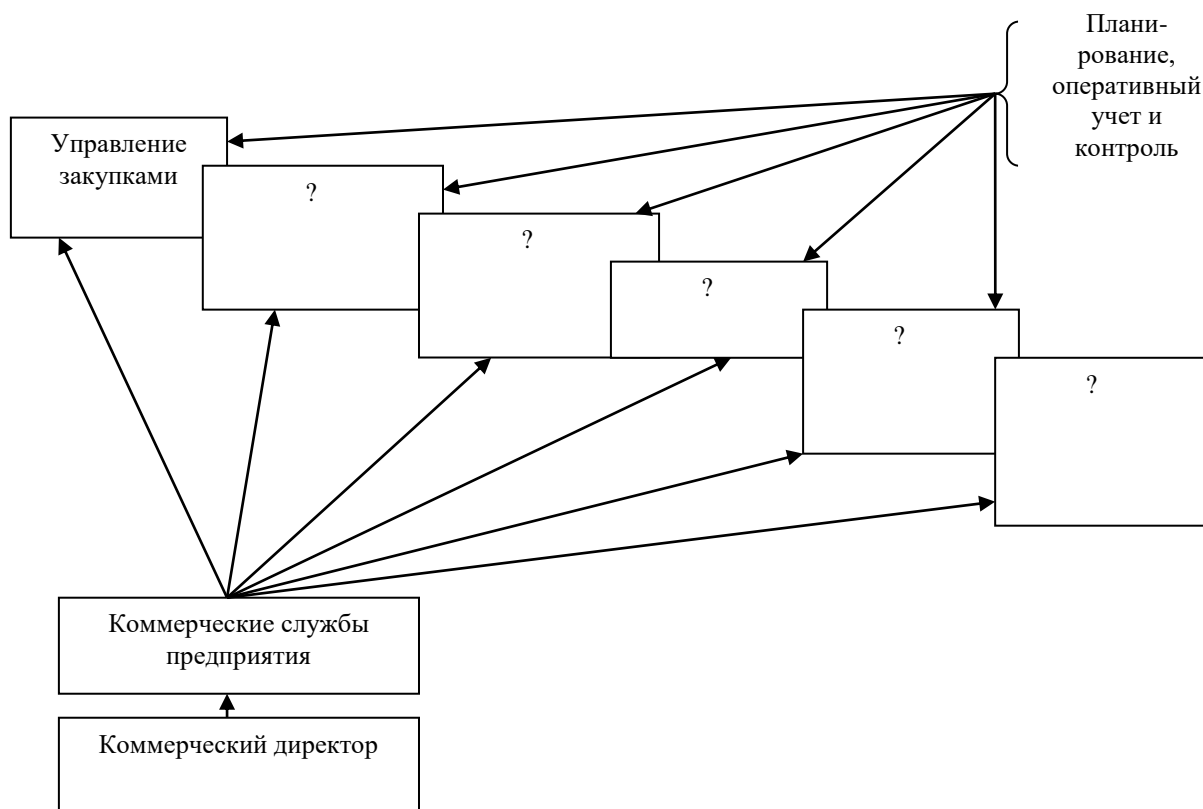


Рисунок - Функции управления коммерческой деятельности на предприятиях торговли

## Творческое задание 2

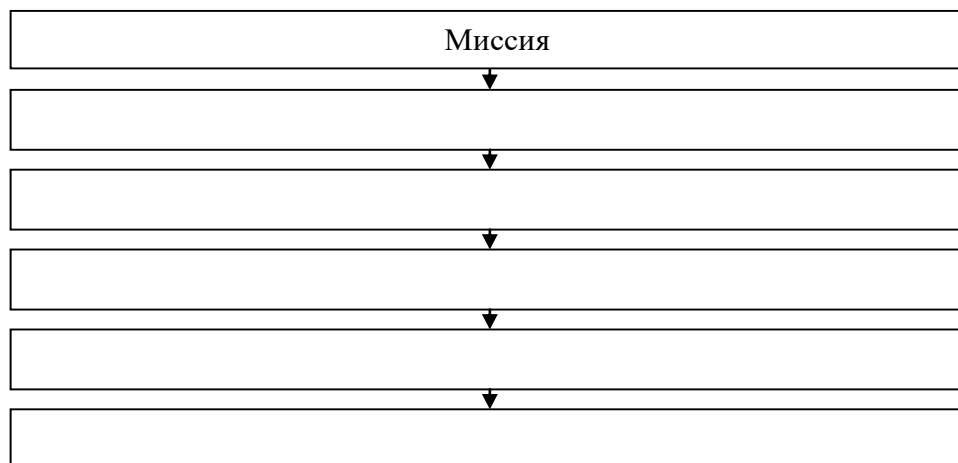


Рисунок - Процесс планирования коммерческой деятельности торгового предприятия

Укажите последовательность процесса планирования коммерческой деятельности торгового предприятия (на примере оптового или розничного предприятия) и дайте обоснование.

### **Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях**

#### Творческие задания

1. Изучить материал по различным видам планировок торгового зала, сделать письменное задание по различным видам планировок, выделив их достоинства и недостатки (на примере конкретных магазинов).

2. На примере конкретных магазинов проанализировать порядок размещения отделов и секций и оценить их целесообразность с позиций современных требований и рекомендации мерчендайзинга.

3. На примерах конкретных магазинов представить схему размещения товарных групп, объяснить, какой подход применяется, традиционный или мерчендайзинговый.

4. Проанализировать удобство и рациональность места расположения конкретных магазинов, предложенных преподавателем.

#### **Критерии оценки ситуационного творческого задания:**

**1 балл** выставляется студенту, если он правильно выполнил ситуационное творческое задание. Показал отличное владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы на защите.

**0,8 баллов** выставляется студенту, если он выполнил ситуационное творческое задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов на защите.

**0,5 баллов** выставляется студенту, если он выполнил ситуационное творческое задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы на защите было допущено много неточностей.

Составитель, к.э.н., доцент

М.А. Дубинина

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

**Кафедра торговли и общественного питания**

**Комплект заданий для выполнения контрольной работы  
по дисциплине «Управление торговой организацией»**

**Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью**

**Вариант 1**

1. Организационная структура управления оптовых и розничных организаций разного вида, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями.
2. Оценка альтернативных стратегий торговли.

**Вариант 2**

1. Уровни и процессы стратегического планирования в торговле, постановка корпоративных целей. Реализация стратегий предприятий торговли.
2. Методы управления и оценка их эффективности.

**Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле**

**Вариант 1**

1. Сравнительная характеристика традиционных и мерчендайзинговых 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. Мерчендайзинговый 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.

**Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях**

**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:

**1 балл** – 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.

**0,8 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.

**0,5 балла** - 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 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.

Составитель, к.э.н., доцент



М.А. Дубинина

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

**Кафедра торговли и общественного питания**

**Комплект заданий для выполнения контрольной работы  
студентами заочной формы обучения  
по дисциплине «Франчайзинг в торговой деятельности»**

**Вариант 0**

1. Управление торговой единицей и ее составляющие.
2. Методологические основы коммерческой деятельности торгового предприятия.
3. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

Суммарный товарооборот, 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?

**Вариант 1**

1. Особенности сферы торговли, ее роль в формировании внутреннего рынка страны.
2. Моделирование коммерческой деятельности. Функции управления коммерческой деятельностью на предприятиях торговли.
3. Цели и содержание торгово-технологических процессов в оптовых и розничных организациях.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

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

**Вариант 2**

1. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг.
2. Управление закупками.
3. Особенности основных методов продажи и обоснование их выбора в розничных торговых организациях.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

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

**Вариант 3**

1. Концептуальные основы оптовой и розничной торговли.
2. Управление ассортиментом товаров.



3. Содержание, организация и последовательность выполнения складских операций; их координация с внешней средой.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

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?

**Вариант 4**

1. Цель, основные задачи и принципы государственного регулирования потребительского рынка товаров и услуг.
2. Управление товарными запасами.
3. Планировочные решения в розничных организациях.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

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 ... %

**Вариант 5**

1. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.
2. Управление маркетингом.
3. Современные направления научно-технического прогресса механизации и автоматизации на товарных складах.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

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.

**Вариант 6**

1. Организационная структура управления оптовых и розничных организаций разного вида, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями.
2. Управление продажами товаров.
3. Методика определения эффективности использования складской площади и складского обмена.

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

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.

#### **Вариант 7**

1. Методы управления и оценка их эффективности.
2. Сущность, цели, задачи, функции маркетинга в торговле.
3. Сущность управления процессом обслуживания покупателей и его взаимосвязь с показателями деятельности розничной торговой организации.

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

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.

#### **Вариант 8**

1. Уровни и процессы стратегического планирования в торговле, постановка корпоративных целей.
2. Разработка маркетинговых стратегий в системе оптовой и розничной торговли.
3. Понятие и классификация услуг розничной торговой организации.

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

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%

#### **Вариант 9**

1. Оценка альтернативных стратегий торговли. Реализация стратегий предприятий торговли.
2. Проведение маркетинговых исследований торговыми организациями.
3. Влияние качества торгового обслуживания на эффективность работы розничной торговой организации.

#### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:**

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.

#### **Указания по выбору варианта контрольной работы и оформлению контрольной работы**

Номер варианта выбирается по последней цифре номера зачетной книжки студента.

Текст контрольной работы размещают на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Текст печатается через полтора межстрочных интервала с применением шрифта Times New Roman, размером 14 pt с соблюдением следующих размеров полей: поле для брошюровки (левое) – 30 мм, верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 15 мм.

Абзацы в тексте начинаются отступом, равным 1,25 см.

Объем контрольной работы не должен превышать –15-20 стр. с учетом списка использованных источников (без приложений). Превышение этого объема, как правило, свидетельствует о слабой проработке материалов учебных пособий или о прямом переписывании текста, что недопустимо. Страницы в работе нумеруются арабскими цифрами. Титульный лист и содержание включаются в общую нумерацию, но номер на этих страницах не ставится. На последующих страницах номер проставляется в центре нижней части листа без точек.

В тексте контрольных работ не рекомендуется использовать подчеркивание, курсив и полужирный шрифт (кроме названия разделов и подразделов), а также использовать цвет и фотографии. Кроме того, не допускается использование изображений сканированных таблиц, рисунков, формул. Каждый раздел контрольной работы следует начинать с нового листа. Заголовки разделов следует писать с выравниванием по левому краю, с абзацным отступом, полужирным шрифтом прописными буквами.

Заголовки разделов имеют размер кегля 14 pt. Подчёркивать и переносить слова в заголовках не допускается. Точку в конце заголовков не ставят. Допускается делать заголовок из двух предложений, которые разделяют точкой. Заголовки разделов отделяют от последующего текста межстрочным пробелом с интервалом 1,5.

В работах следует использовать сокращение русских слов и словосочетаний по ГОСТ 7.12–93; сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках осуществляется по ГОСТ 7.11–2004 (ИСО 832:1994). Заголовки структурных элементов контрольных работ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ, СОДЕРЖАНИЕ, ПРИЛОЖЕНИЯ располагают в середине строки без точки в конце, без подчёркивания, используя прописные буквы полужирного шрифта. Размер кегля для указанных заголовков – 14 pt.

После заголовка следует межстрочный пробел с интервалом 1,5 (кегль остаётся прежним).

#### **Критерии оценки:**

**Зачтено** - выставляется студенту, если он демонстрирует самостоятельность в применении знаний, умений и навыков к решению учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем, по заданиям, решение которых было показано преподавателем, следует считать, что компетенция сформирована. Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно.

**Не зачтено** - выставляется студенту, если выявлена неспособность обучаемого самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при выполнении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умений к использованию методов освоения учебной дисциплины и неспособность самостоятельно проявить навыки решения поставленной задачи по стандартному образцу, что свидетельствует об отсутствии сформированной компетенции и отрицательных результатах освоения учебной дисциплины.

Составитель, к.э.н., доцент \_\_\_\_\_



М.А. Дубинина

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

**Кафедра торговли и общественного питания**

**Вопросы для подготовки к зачету  
 по дисциплине «Управление торговой организацией»  
 для студентов 4 курса  
 Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»  
 направленность (профиль) «Коммерция»,  
 на 20\_\_-20\_\_ уч. год**

Номер вопроса	Перечень вопросов к зачету
1.	Особенности сферы торговли, ее роль в формировании внутреннего рынка страны
2.	Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг.
3.	Концептуальные основы оптовой и розничной торговли.
4.	Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.
5.	Роль торговли в сфере товарного обращения
6.	Тенденции развития торговли в России на современном этапе.
7.	Механизм проведения структурной политики оптовой торговли.
8.	Концептуальные основы развития коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии на рынке России.
9.	Формы кооперации и интеграции в торговле в условиях глобализации экономики.
10.	Политика государства и общественных организаций в развитии и поддержке малого предпринимательства в торговле России
11.	Организационная структура управления оптовых и розничных организаций разного вида, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями.
12.	Методы управления и оценка их эффективности
13.	Уровни и процессы стратегического планирования в торговле, постановка корпоративных целей.
14.	Оценка альтернативных стратегий торговли.
15.	Реализация стратегий предприятий торговли.
16.	Методологические основы коммерческой деятельности торгового предприятия.
17.	Моделирование коммерческой деятельности.
18.	Функции управления коммерческой деятельностью на предприятиях торговли.
19.	Управление закупками.
20.	Управление ассортиментом товаров.
21.	Управление товарными запасами.
22.	Управление маркетингом
23.	Управление продажами товаров
24.	Сущность, цели и задачи маркетинга в торговле
25.	Функции маркетинга в торговле. Задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли
26.	Разработка маркетинговых стратегий
27.	Маркетинг закупок
28.	Маркетинг-логистика
29.	Цели и содержание торгово-технологических процессов в оптовых и розничных организациях
30.	Структура и последовательность операций торгово-технологического процесса в

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

#### Практические задания к зачету:

1.	Суммарный товарооборот, 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?
2.	Коэффициент гармоничности некой товарной категории равен 0,226. Оцените сбалансированность ассортимента и предложите варианты развития ассортимента при необходимости.
3.	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
4.	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
5.	Коэффициент устойчивости ассортимента, если в магазине «Продукты» в продаже имеются 10 наименований консервов в томатном соусе, из которых устойчивым спросом пользуются 4 наименования
6.	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
7	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
8.	Коэффициент новизны ассортимента, если в магазине «Весна» имеется 10 наименований консервов в томатном соусе, из них 3 наименования — новые виды
9.	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. $K_y=60\%$ , $K_n=15\%$ (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
10.	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.
11.	<p>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.</p> <p>Дайте характеристику основных стратегических решений в каналах сбыта: Обоснуйте условия их использования; укажите преимущества и недостатки. Какую стратегию выбрала компания ?</p>
12.	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.
13.	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?
14.	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 ... %
15.	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.
16.	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.
17.	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.
18.	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.
19.	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.
20.	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%
21.	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%
22.	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.
23.	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.
24.	Определить объем валовой прибыли предприятия и прибыли от продаж, на основе следующих данных: Товарооборот- 10392тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 5005 тыс.руб. Коммерческие расходы – 1014 тыс.руб. Управленческие расходы – 907 тыс.руб.
25.	Определить объем чистой прибыли на основе следующих данных: Товарооборот- 593638тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 555312 тыс.руб. Валовой доход –38326тыс.руб. Проценты к получению – 388 тыс.руб. Проценты к оплате – 1182 тыс.руб. Прочие доходы – 8891 тыс.руб. Прочие расходы – 15676 тыс.руб. Примечание налог на прибыль составляет 20%.

26.	<p>Определить рентабельность коммерческой деятельности на основе следующих данных:  Товарооборот- 493638тыс.руб.  Себестоимость проданных товаров – 455312 тыс.руб.  Проценты к получению – 288 тыс.руб.  Проценты к оплате – 982 тыс.руб.  Прочие доходы – 3891 тыс.руб.  Прочие расходы – 5676 тыс.руб.  Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>
27.	<p>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%.</p>
28.	<p>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.</p>
29.	<p>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%.</p>
30.	<p>Определите размер франчайзингового вознаграждения, если чистые франчайзинговые платежи составляют 350 тыс. руб., а сопровождающие платежи 93 тыс. руб.</p>
31.	<p>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.</p>
32.	<p>Определить объем валовой прибыли предприятия, рентабельность хозяйственной деятельности, на основе следующих данных:  Товарооборот- 375676 тыс.руб.  Себестоимость проданных товаров – 341479 тыс.руб.  Издержки обращения – 2142 тыс.руб.  Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>
33.	<p>Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных:  Товарооборот- 585676 тыс.руб.  Себестоимость проданных товаров – 521479 тыс.руб.  Издержки обращения – 842 тыс.руб.  Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>
34.	<p>Определить объем валового дохода и чистой прибыли на основе следующих данных:  Товарооборот- 285676 тыс.руб.  Себестоимость проданных товаров – 241479 тыс.руб.  Издержки обращения – 742 тыс.руб.</p>
35.	<p>Определить объем издержек обращения предприятия на основе следующих показателей:  Товарооборот – 593638 тыс.руб.  Себестоимость - 555312  Валовой доход – 38326 тыс.руб.  Прибыль от продаж – 18326 тыс.руб.</p>
36.	<p>Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных:  Товарооборот- 355476 тыс.руб.  Себестоимость проданных товаров – 311079 тыс.руб.  Издержки обращения –944 тыс.руб.  Примечание налог на прибыль составляет 20%.</p>

### Критерии оценки ответа на зачете:

«Зачтено» выставляется студенту при условии, если основной материал усвоен, допускаются неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушение последовательности в изложении программного материала, затруднения в подкреплении изложения программного материала практическими примерами, расчетные задания и мини-



кейсы в основном решены верно;

«Не зачтено»- выставляется студенту, если при ответе студент показывает незнание программного материала, при ответе возникают значительные ошибки, затруднения в подкреплении программного материала практическими примерами, решении задач, мини-кейсов.

Составитель, к.э.н., доцент \_\_\_\_\_  М.А. Дубинина

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

1. Фонд оценочных средств по дисциплине «Управление торговой организацией» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендован к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания

протокол № 8 от «17» марта 2020 г.  
Заведующий кафедрой  / В. Н. Губа /

2. Оценочные материалы по дисциплине «Управление торговой организацией» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендованы к утверждению на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, протокол №7 от 28.02.2023

Заведующий кафедрой



Е.Н. Губа

3. Оценочные материалы по дисциплине «Управление торговой организацией» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендованы к утверждению на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, протокол №8 от 18.03.2024

Заведующий кафедрой



Е.Н. Губа