

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 17.09.2025 14:23:34
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31dc10ba6a3af410c8c5199

*Приложение 6 к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение Направленность
(профиль) программы Товарная экспертиза, оценочная деятельность и
управление качеством*

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Факультет экономики, менеджмента и торговли
Кафедра торговли и общественного питания

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине Б1.О.19 Торговое дело

Направление подготовки 38.03.06 Товароведение
Направленность (профиль) программы Товарная экспертиза, оценочная
деятельность и управление качеством

Уровень высшего образования Бакалавриат

Год начала подготовки 2022

Краснодар – 2021 г.

Составитель:

К.т.н., доцент, доцент Денисова Н.И.
(ученая степень, ученое звание, должность,)

Оценочные материалы утверждены на заседании кафедры торговли и общественного питания
протокол № 1 от 30.08.2021 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине Торговое дело

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Наименование контролируемых разделов и тем
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	УК-10.1. 3-1. Знает основы поведения экономических агентов, в том числе теоретические принципы рационального выбора (максимизация полезности) и наблюдаемые отклонения от рационального поведения (ограниченная рациональность, поведенческие эффекты и систематические ошибки, с ними связанные)	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле. Объекты и субъекты коммерческой деятельности
		УК-10.1. 3-2. Знает принципы рыночного обмена и закономерности функционирования рыночной экономики, ее основные понятия, основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменение ценности во времени, сравнение предельных величин)	Тема 2. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок товаров
		УК-10.1. 3-3. Знает факторы технического и технологического прогресса и повышения производительности, показатели социально-экономического развития и роста, ресурсные и экологические ограничения развития, понимает необходимость долгосрочного устойчивого развития	Тема 3. Основы организации и технологии товародвижения
		УК-10.1. 3-4. Знает особенности циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов	Тема 4. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле
		УК-10.1. 3-5. Знает сущность и функции предпринимательской деятельности и риски, связанные с ней, особенности частного и государственного предпринимательства, инновационной деятельности	Тема 5. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли
		УК-10.1. 3-6. Знает понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении, цели, задачи и инструменты регулятивной (в том числе бюджетной, денежно-кредитной,	Тема 6. Товарные склады, их устройство и планировка. Технология и организация складских операций.
			Тема 7. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения. Основы технологической планировки
			Тема 8. Организация торгового-

		социальной и пенсионной) политики государства, понимает влияние государственного регулирования на экономическую динамику и благосостояние индивидов	технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей магазинов
		УК-10.1. У-1. Умеет критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны, последствий экономической политики для принятия обоснованных экономических решений	
	УК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	УК-10.2. З-1. Знает основные виды личных доходов, основные виды расходов, в том числе обязательных, принципы личного финансового планирования и ведения личного бюджета	Тема 8. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей
		УК-10.2. У-1. Умеет оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты	
		УК-10.2. У-2. Умеет вести личный бюджет, в том числе используя программные продукты	
		УК-10.2. У-3. Умеет решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на разных этапах жизненного цикла	
	УК-10.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	УК-10.3. З-1. Знает основные финансовые организации и принципы взаимодействия с ними, основные финансовые инструменты и возможности их использования для достижения финансового благополучия	Тема 2. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок товаров
		УК-10.3. З-2. Знает виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их снижения	
		УК-10.3. У-1. Умеет пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать условия финансовых продуктов и положения договоров с финансовыми организациями	
		УК-10.3. У-2. Умеет оценивать индивидуальные риски, в том числе риск стать жертвой мошенничества, и управлять ими	
ОПК-1. Способен применять естественно-научные и экономические	ОПК-1.2. Решает профессиональные задачи с использованием	ОПК-1.2. З-1. Знает экономические дисциплины в объеме, необходимом для профессиональной деятельности	Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле. Объекты и субъекты

знания при решении профессиональных задач в области товароведения	экономических знаний		коммерческой деятельности
		ОПК-1.2. У-1. Умеет решать профессиональные задачи, применяя экономические знания	Тема 4. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле
			Тема 6. Товарные склады, их устройство и планировка. Технология и организация складских операций.
			Тема 7. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения. Основы технологической планировки магазинов

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях

Примеры вопросов для проведения опроса обучающихся:

Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле. Объекты и субъекты коммерческой деятельности

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

1. Сущность коммерческой системы: структура, цели, задачи, принципы.
2. Концепция коммерческой деятельности.
3. Структура и содержание коммерческой деятельности предприятия при взаимодействии с внешней средой.
4. Факторы внешней и внутренней среды коммерческого предприятия, методы их анализа и использование для решения коммерческих задач по доведению продукции от производителей до потребителей.
5. Объекты коммерческой деятельности
6. Раскройте связь между торговлей и коммерческой деятельностью?
7. Какую роль играет организация коммерческой деятельности?
8. Объясните связь организации коммерческой деятельности и менеджмента?
9. Укажите факторы внешней среды, влияющие на развитие коммерческой деятельности торгового предприятия.
10. От каких факторов внутренней среды торгового предприятия зависит уровень его коммерческой деятельности?
11. Каковы задачи анализа информации о внешней и внутренней среде торгового предприятия для принятия коммерческих решений?
12. Объясните, какова миссия коммерческой деятельности в функционировании торгового предприятия при рыночных отношениях?
13. Каковы цели и признаки коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях формирующего и развитого рынка?

14. Назовите свойства и характеристики коммерческой деятельности как системы

Тема 2. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок товаров

Индикатор достижения: УК-10.1; УК-10.3

1. Организация коммерческих связей: классификационные признаки.
2. Выбор потенциального поставщика. Критерии выбора поставщика.
3. Порядок заключения и расторжения договоров поставки.
4. Условия поставки товаров: основные обязанности поставщика и покупателя, момент перехода права собственности от продавца к покупателю.
5. Формирование заказа на закупку продукции. План закупки. Суммарные затраты и расчет оптимальной партии закупки.
6. Перечислите, что включает система хозяйственных связей. Охарактеризуйте сущность этапов формирования, оформления, функционирования хозяйственных связей.
7. Обоснуйте понятие прямых хозяйственных связей.
8. Назовите отличия договоров поставки от договоров купли-продажи.
9. Какие факторы влияют на формирование хозяйственных связей?
10. Назовите основные критерии классификации хозяйственных связей.
11. Назовите, по каким признакам целесообразно группировать коммерческие связи?
12. Назовите основными цели заключения договора.
13. Какие функции выполняет договор поставки?
14. Выделите существенные условия договора поставки и купли-продажи.
15. Охарактеризуйте последовательность процесса заключения договора.
16. Укажите причины прекращения договорных обязательств.

Тема 3. Основы организации и технологии товародвижения

Индикатор достижения: УК-10.1;

1. Понятие и сущность товародвижения, его принципы и формы.
2. Факторы, влияющие на процесс товародвижения.
3. Условия рационального построения процесса товародвижения.
4. Каналы распределения, их выбор.
5. Технология и организация доставки товаров.
6. В чём сущность и функции товародвижения?
7. Что понимают под каналом товародвижения, какова их классификация?
8. Каковы основные характеристики канала товародвижения?
9. Назовите основные критерии выбора канала товародвижения.
10. Элементы товародвижения и их характеристика: доставка, приёмка, размещение, хранение, оформление и подготовка заказа к отгрузке, доставка грузов потребителю.

Тема 4. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

Групповая совместная работа студентов

1. Социально-экономическая сущность оптовой торговли: структура, классификационные признаки.
2. Значение маркетинга оптовой торговли: цели, задачи, принципы и функции.
3. Формы и технология оптовой продажи товаров. Оптовые торговые услуги.
4. Виды торговых сделок. Договор купли-продажи. Договоры комиссии, консигнации, мены и бартера.
5. Маркетинговые решения оптовых торговых предприятий об ассортименте, цене товара, стимулировании продаж.
6. Система хозяйственных связей оптового предприятия и принципы её формирования.
7. Условия эффективности системы хозяйственных связей.

8. Договор как форма закрепления, реализации и регулирования хозяйственных связей, его функции.
9. Виды договоров, сфера их применения, особенности заключения и реализации

Тема 5. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли

Индикатор достижения: УК-10.1

Групповая совместная работа студентов

1. Что включает в себя инфраструктура рыночной оптовой торговли?
2. Оптовый рынок. Преимущества функционирования оптового рынка. Какие формы торгов могут применяться на оптовых рынках?
3. Прогрессивные формы оптовой торговли: товарные биржи, ярмарки, выставки, аукционы.
4. Какие виды товаров могут быть проданы на товарной бирже?
5. Каковы основные функции ярмарок и выставок, их отличительные особенности.
6. По каким признакам классифицируется выставочно-ярмарочная деятельность?
7. Торговый дом, оптовый торговый центр, дистрибьюторский центр, брокерские, дилерские агентства.
8. Специфика оптовой торговли отдельными группами товаров.
9. Назовите основные функции российских товарных бирж по организации оптовой торговли биржевыми товарами.
10. Рассмотрите организацию коммерческой деятельности торговых домов на рынке товаров.
11. Изложите сущность аукционной торговли товарами.
12. Что понимается под торгами в аукционной торговле?

Тема 6. Товарные склады, их устройство и планировка. Технология и организация складских операций.

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

1. Назначение и функции складов, их классификация.
2. Виды складских помещений.
3. Содержание складского технологического процесса и принципы его организации.
4. Организация и технология хранения и отпуска товаров со склада.
5. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе:
6. Структура аппарата склада, функции его работников, организация труда складских работников.
7. Назовите основные функции складов.
8. Каковы основные признаки классификации складов?
9. Что понимают под технологическим процессом на складе?
10. Какова структура управления на складе?
11. Назовите основные функции работников склада.
12. Перечислите основные требования к хранению и отпуску товаров на складе.

Тема 7. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения.

Основы технологической планировки магазинов

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

1. Охарактеризуйте роль и значение розничной торговли в развитии потребительского рынка в России
2. Охарактеризуйте роль и значение розничной торговли в развитии потребительского рынка в Краснодарском крае и Краснодаре
3. Охарактеризуйте основные тенденции в развитии розничной торговли
4. Охарактеризуйте основные форматы розничной торговли и проведите их комплексный SWOT-анализ

5. Раскройте основные торгово-технологические процессы на предприятиях розничной торговли
6. Охарактеризуйте специфику торговых сетей как современного формата розничной торговли
7. Охарактеризуйте место и значение розничной торговли в структуре товародвижения (маркетинговых каналах)
8. Раскройте основные особенности организации коммерческой деятельности на предприятиях розничной торговли
9. Раскройте методы обеспечения исполнения обязательств и платежей при организации коммерческой деятельности в розничной торговле
10. Охарактеризуйте особенности организации деятельности торговых центров как современного формата розничной торговли
11. Особенности фирменной торговли.

Тема 8. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей

Индикатор достижения: УК-10.1; УК-10.2

Групповая совместная работа студентов

1. Какие существуют маркетинговые инструменты повышения удовлетворенности клиентов торговых предприятий.
2. Применение мерчандайзинга в сфере торговли.
3. В чем заключается сущность, требования и правила мерчандайзинга.
4. Как применяются правила и принципы мерчандайзинга в торговой практике.
5. Выделите особенности мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов.
6. Назовите причины появления мерчандайзинга на российском рынке.
7. Назовите отличия мерчандайзинга от традиционных технологий продаж.

Критерии оценки:

0,5 балла выставляется обучающемуся, если он свободно отвечает на теоретические вопросы и показывает глубокие знания изученного материала

0,4 балла выставляется обучающемуся, если его ответы на теоретические вопросы не достаточно полные, имеются ошибки при ответах на дополнительные вопросы,

0,3 балла выставляется обучающемуся, если он отвечает на 50% задаваемых вопросов и частично раскрывает содержание дополнительных вопросов,

0,2 балла выставляется обучающемуся, если он теоретическое содержание курса освоил частично или отсутствует ориентация в излагаемом материале, нет ответов на задаваемые дополнительные вопросы.

Задания для текущего контроля

Тестовые задания:

Тема 1. Сущность предпринимательства. Субъекты, объекты и принципы предпринимательства

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК -1.2

Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле. Объекты и субъекты коммерческой деятельности

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

1. *Что входит в субъекты рынка.*
 - а) продавцы, партнерство, услуги
 - б) продавцы, покупатели, поставщики

- в) товары, услуги
 - г) обмен, партнерство, конкуренция
2. *Субъекты коммерческой деятельности:*
- а) рабочая сила,
 - б) потребительские товары,
 - в) производственные предприятия,
 - г) торговые дома,
 - д) деньги и ценные бумаги.
3. *Коммерческая деятельность – это: (укажите лишнее)*
- а) купля-продажа товаров;
 - б) удовлетворение спроса потребителей;
 - в) получение прибыли;
 - г) исследование рынка.
4. *Холдинговые компании и их дочерние предприятия в России могут быть образованы в виде:*
- а) закрытого акционерного общества;
 - б) открытого акционерного общества;
 - в) производственного кооператива;
 - г) все вышеперечисленные варианты верны.
5. *Объектами коммерческой деятельности являются:*
- а) страховые компании,
 - б) товары,
 - в) услуги,
 - г) торговые дома,
 - д) ярмарки.
 - е) информация,
 - ж) рабочая сила,
 - з) ценные бумаги,
 - и) интеллектуальная собственность.
6. *Какие товары относятся к товарам повседневного спроса?*
- а) товары-новинки, впервые появившиеся на рынке;
 - б) товары с уникальными свойствами и повышенной ценой;
 - в) товары, приобретаемые покупателями после сравнения их качественных характеристик, цены и потребительских свойств;
 - г) товары, приобретаемые покупателями часто, без раздумий и поисков.
7. *Что называется жизненным циклом товара?*
- а) срок годности товара;
 - б) время существования на рынке;
 - в) время службы товара до первого ремонта;
 - г) время, прошедшее от создания товара до его утилизации.
8. *В зависимости от особенностей спроса и покупательских привычек, потребительские товары подразделяются на товары:*
- а) повседневного спроса,
 - б) предварительного выбора,
 - в) идентичные,
 - г) эластичного спроса
9. *Под коммерцией понимают:*
- а) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;
 - б) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций при осуществлении купли-продажи товаров;

- в) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;
- г) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров при осуществлении купли-продажи товаров.

10. Основным принципом коммерческой деятельности является:

- а) удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах,
- б) соблюдение действующего законодательства,
- в) рекламно-информационное обеспечение,
- г) обобщение информации о конъюнктуре рынка.

11. В торговле осуществляются процессы:

- а) основные и дополнительные;
- б) коммерческие и производственные;
- в) самые разные.

12. К коммерческим процессам относятся:

- а) погрузка и разгрузка товаров;
- б) хранение товаров;
- в) изучение и прогнозирование спроса;
- г) подсортировка товаров;
- д) заключение договоров на поставку товаров;
- е) рекламно-информационная работа.

13. Цель, которую преследуют коммерческие организации на рынке

- а) увеличение объемов продаж;
- б) максимально возможное снижение расходов;
- в) получение прибыли в результате своей деятельности.

14. К технологическим процессам в коммерции относят:

- а) оказание услуг,
- б) упаковку и расфасовку товаров,
- в) доставку товаров,
- г) изучение спроса покупателей,
- д) формирование ассортимента товаров.

15.— предмет, удовлетворяющий какую-нибудь потребность и предлагаемый на рынок с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления (вставьте пропущенное слово)

16. Поставьте в соответствие цифрам их определения

Предпринимательская деятельность

Коммерческая деятельность

Бизнес

- Оперативно-организационная деятельность по осуществлению операций обмена товарно-материальных ценностей в целях удовлетворения потребностей населения и получения прибыли

- Самостоятельная, любая инициативная деятельность отдельных граждан или групп граждан, осуществляемая на свой страх и риск, под свою имущественную ответственность и направленную, главным образом, на получение экономической выгоды в форме прибыли

- Это деятельность человека, направленная на получение дохода с помощью использования своих знаний, опыта, своего капитала, характеризуемая отношениями между всеми участниками рыночной экономики

Тема 2. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок товаров

Индикатор достижения: УК-10.1; УК-10.3

1. *Технология закупки и поставки товаров в коммерческие предприятия включает совокупность методов, осуществляемых в процессе закупки и доведения продукции до потребителей:*

- А. Прямые закупки.
- Б. Косвенные закупки.
- В. Поставки через посредников.

2. *Принципы закупки и поставки товаров:*

- А. Централизация системы закупки и поставки товаров
- Б. Концентрация объемов заказов на поставку.
- В. Стимулирование сбыта товаров поставщиками.
- Г. Информационное обеспечение всех участников коммерческих договоров о поставке товаров.

3. *Организация закупки и поставки товаров включает ряд этапов:*

- А. Выявление спроса покупателей.
- Б. Формирование номенклатуры товаров.
- В. Принятие решений по закупке и поставке товаров.
- Г. Выбор поставщиков.
- Д. Управление технологическими процессами.
- Е. Определение экономической эффективности закупок и поставок продукции.

4. *Для документального оформления поступления и приемки товаров следует на практике:*

- А. Ознакомиться с товаросопроводительными документами.
- Б. Ознакомиться с порядком составления товаросопроводительных документов.

5. *Для документального оформления реализации и учета товаров необходимо:*

- А. Ознакомиться со способами расчета за приобретаемый товар
- Б. Ознакомиться с порядком совершения операций на основании приходно-расходных документов.

6. *В понятие хозяйственных связей между поставщиками и покупателями входят:*

- а) организационные взаимоотношения поставщиков и покупателей;
- б) экономические отношения поставщиков и покупателей;
- в) коммерческие взаимоотношения поставщиков и покупателей;
- г) административно-правовые отношения поставщиков и покупателей;
- д) совокупность хозяйственных отношений поставщиков и покупателей в процессе поставок товаров.

7. *Правовые документы, регулирующие хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями в рыночной экономике:*

- а) основные условия поставок отдельных товаров;
- б) особые условия поставок;
- в) положение о поставках продукции производственно-технологического назначения и товаров народного потребления;
- г) Гражданский кодекс Российской Федерации.

8. *Договор поставки вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента:*

- а) направления стороной предложения (оферты) заключить договор;
- б) оформления договора в письменной форме;
- в) получения стороной, направившей оферту, ее акцепта.

9. *Считается ли договор заключенным в письменной форме в путем обмена документами по телефаксной сети:*

- а) да;
- б) нет.

10. *Спецификация к договору поставки товаров составляется:*

- а) во всех случаях;
- б) для установления качества поставленных товаров;

- в) при поставках товаров сложного ассортимента;
- г) при поставках товаров простого ассортимента.

11. При заключении договора поставки всегда составляется протокол разногласий:

- а) да;
- б) нет.

12. Простая структура хозяйственных связей предполагает

- а) установление хозяйственных связей поставщиками и посредниками
- б) заключение договоров между изготовителями и оптовыми предприятиями
- в) заключение договоров между изготовителями и торговыми предприятиями
- г) заключение договоров между поставщиками и оптовыми предприятиями
- д) установление хозяйственных связей без участия посредников
- е) поставку товаров от изготовителя в розничную сеть

13. Сроки урегулирования разногласий по договорам поставки

- а) пять дней
- б) 30 дней
- в) месяц
- г) 1,5 месяца
- д) два месяца

14. Установите соответствие между элементами системы хозяйственных связей

- а) способы обеспечения исполнения обязательств = Неустойка, залог, поручительство, банковская гарантия
- б) общие положения о договоре = Понятие, условия, заключение, изменение и расторжение договоров
- в) исполнение обязательств = Общие положения, срок и место исполнения обязательств
- г) виды обязательств = Купля-продажа, перевозка, хранение, страхование, расчеты
- д) структура договора = Предмет договора, преамбула, срок действия договора

15. Основным правовым документом, регулирующим хозяйственные отношения между поставщиками и покупателями в рыночной экономике являются:

- а) основные условия поставок отдельных товаров
- б) особые условия поставок
- в) Положение о поставках продукции производственно-технологического назначения и товаров народного потребления
- г) Гражданский кодекс РФ

16. Основные коммерческие сделки:

- а) купли-продажи товаров;
- б) купли-продажи услуг;
- в) купли-продажи научно-технических знаний;
- г) проведение банковских операций;
- д) страхование грузов;
- е) аренда средств производства.

Тема 3. Основы организации и технологии товародвижения

Индикатор достижения: УК-10.1

1. Принципы организации товародвижения:

- А. Плановость.
- Б. Ритмичность.
- В. Оперативность.
- Г. Технологичность.
- Д. Экономичность
- Е. Информированность
- Ж. Механизация трудоемких работ.

2. *Формами организации товародвижения являются:*
- А. Складская.
 - Б. Магазинная.
 - В. Транзитная.
3. *Каналы распределения характеризуются:*
- А. Числом посредников.
 - Б. Числом конечных потребителей.
 - В. Числом производителей товара.
4. *Выбор каналов распределения зависит от:*
- А. Величины товарных потоков.
 - Б. Минимума приведенных затрат.
 - В. Числа структурных подразделений торговой организации.
5. *Управление торговыми каналами включает:*
- А. Отбор посредников.
 - Б. Разработка программы стимулирования работы посредников.
 - В. Оценка деятельности участников канала.
 - Г. Изменение условий соглашений с участниками каналов распределения.
6. *Каналом прямого уровня не является: (укажите лишнее)*
- а) торговля в разнос;
 - б) посылочная торговля;
 - в) торговля через магазин, принадлежащий/производителю;
 - г) торговля со склада дистрибьютора
7. *Что не относится к функциям товародвижения?*
- а) планирование перемещения товаров к месту использования;
 - б) складирование;
 - в) транспортировка;
 - г) конструирование нового товара.
8. *Каналом прямого уровня сбыта является?*
- а) торговля со склада дистрибьютора;
 - б) оптовая торговля;
 - в) посылочная торговля;
 - г) торговля в «Магазине-складе».
9. *Функциями товародвижения могут быть:*
- а) выполнение цикла «заказ-отгрузка-оформление счета»;
 - б) выбор вида транспорта;
 - в) возможны оба предыдущих варианта;
 - г) разработка и создание товара для удовлетворения потребностей;
10. *На процесс товародвижения влияют следующие факторы:*
- а) производственные и транспортные;
 - б) степень сложности ассортимента товаров и физико-химические свойства товаров;
 - в) социально-экономические факторы (денежные доходы, численность, половозрастной и национальный состав населения) и профессиональная подготовка населения;
 - г) направление моды.
11. *Прогрессивные технологии товародвижения включают следующие направления:*
- а) контейнерная технология доставки
 - б) «сквозная технология», доставка в таре-оборудовании
 - в) складская форма доставки
 - г) пакетный способ
 - д) централизованная доставка товаров
12. *Что из перечисленного ниже формально не входит в состав канала распределения товаров?*

- а) банки;
- б) страховые компании;
- в) транспортные предприятия;
- г) предприятия, осуществляющие хранение товаров;
- д) сфера быта

13. Назовите основные принципы организации технологического процесса товародвижения.

- а) расширение ассортиментных позиций закупаемых товаров
- б) применение рациональных схем товародвижения
- в) доходы от реализации товаров
- г) рациональный выбор транспортных средств
- д) исследование кратчайших путей движения товаров
- е) определение оптимальной звенности товародвижения

14. Поставьте в соответствие цифрам их определения

- а) Какое определение маятникового маршрута движения автомобильного транспорта правильно? = Путь следования между двумя пунктами повторяется неоднократно
- б) Дайте правильные определения централизованной доставки товаров = Доставка товаров транспортом поставщика
- в) Кольцевой маршрут движения автомобильного транспорта это = Маршрут следования автомобиля по замкнутому контуру, соединяющему поставщика и покупателей;

15. товародвижения (распределения) – путь движения товара из сферы производства в сферу потребления (дайте определение)

Тема 6 Товарные склады, их устройство и планировка. Технология и организация складских операций

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

1. По ассортиментному признаку склад делят на:

- а) общетоварные и специальные
- б) универсальные и специализированные
- в) экспедиционные и накопительные
- г) открытые и закрытые
- д) открытые, полузакрытые и закрытые
- е) универсальные, специализированные и смешанные

2. По характеру выполняемых функций склады делятся на:

- а) универсальные, специализированные, смешанные;
- б) автоматизированные, с комплексной механизацией, с применением средств механизации;
- в) подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного и долгосрочного хранения;
- г) общетоварные и специальные.

3. По организационным формам управления склады подразделяются на:

- а) открытые, полузакрытые, закрытые;
- б) универсальные, специализированные, смешанные;
- в) индивидуального, совместного и общего пользования;
- г) подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного и долгосрочного хранения, накопительные.

4. Склады, организующие прием, хранение и отпуск товаров какой-либо одной группы это:

- а) неспециализированные;
- б) узкоспециализированные;
- в) специализированные

5. Представитель одногодородного поставщика обязан явиться для составления акта на

недоброкачественную продукцию не позднее, чем:

- а) на следующий день после ее приемки
- б) на следующий день после получения вызова
- в) через два дня после получения вызова.

6. Административно-бытовые помещения это помещения:

- а) для хранения товаров, экспедиции по приему и отпуску товаров, помещения для приемки, распаковки, расфасовки, комплектования, упаковки;
- б) для хранения тары, многооборотных контейнеров и поддонов, тароремонтных мастерских;
- в) машинных отделений, вентиляционных камер, котельных, подзарядочных, аккумуляторных станций;
- г) для размещения административно-конторских служб, зала товарных образцов, душевых, санузлов и т.д.

7. Участок приемки это помещение склада, основная функция которого:

- а) распаковка и приемка товаров по количеству и качеству;
- б) приемка прибывшего в нерабочее время груза;
- в) кратковременное хранение подготовленных к отправке грузовых единиц, организация их доставки покупателю;
- г) формирование грузовых единиц, содержащих ассортимент товаров, подобранный в соответствии с заказами покупателей.

8. Рампа – это:

- а) устройство для удобства проведения погрузочно-разгрузочных работ, представляющее собой платформу шириной более 6 м;
- б) устройство для удобства проведения погрузочно-разгрузочных работ, представляющее собой платформу шириной 2,5-6 м;
- в) помещение для приемки товаров прибывших в нерабочее время;
- г) помещение для приемки и распаковки товаров.

9. Какие организации приглашаются для составления коммерческого акта о не подлежащем качестве товара, если поставщик отказывается явиться на составление акта?

- а) акт составляется в одностороннем порядке
- б) представитель из торговой инспекции
- в) представитель незаинтересованной организации
- г) представитель из бюро товарных экспертиз или экспертом из торгово-промышленной палаты

10. Кто может быть представителем общественности от предприятия-получателя при приемке товаров по количеству?

- а) лица, компетентные в вопросах определения количества подлежащей приемке продукции и не являющиеся материально ответственными лицами, не связанные с учетом, хранением материальных ценностей. Назначаются руководителем предприятия;
- б) представители профсоюзов или общественных организаций по письменному запросу предприятия-получателя;
- в) представители экспертных бюро, с которыми заключен соответствующий договор;
- г) представители правоохранительных органов.

11. Как называют склады, предназначенные для накопления текущих запасов товаров.

- а) подсортировочно-распределительные
- б) досрочного завоза
- в) сезонного хранения
- г) накопительные

12. Отметьте функции складского хозяйства:

- а) получает товары от поставщика, их идентифицирует и регистрирует;
- б) накапливает товарные запасы, проводит сортировку товаров, направляет их на

- хранение и хранит их;
- в) отыскивает нужные товары, комплектует их для отгрузки, подготавливает товары к продаже;
- г) осуществляет упаковку подобранных групп товаров и направляет их к выбранному транспортному средству;
- д) оформляет комнату товарных образцов
- е) осуществляет рекламу товаров

13. *Что такое склад?*

- а) устройство для бесперебойного снабжения товарами потребителей
- б) устройство для складирования товаров
- в) устройство, предназначенное для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже
- г) устройство для оформления документов и проведения конференций

14. *Способы хранения товаров:*

- а) штабельное
- б) стеллажное
- в) навалом
- г) в подвешенном виде
- д) замороженное
- е) упакованное

15. *В каком размере с поставщика взыскивается штраф за поставку недоброкачественных товаров?*

- а) в размере 20 % от стоимости поставленных недоброкачественных товаров;
- б) в размере 5 % от стоимости поставленных недоброкачественных товаров;
- в) в размере 4 % от стоимости поставленных недоброкачественных товаров;
- г) в размере 1% от стоимости поставленных недоброкачественных товаров.

Тема 7. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения. Основы технологической планировки магазинов

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

1. *Укажите правильный перечень типов торговых предприятий*

- а) стационарная, нестационарная, посылочная торговая сеть.
- б) гипермаркет, супермаркет, гастроном.
- в) отдельно стоящие, встроенные, встроенно-пристроенные.
- г) универсальные, специализированные, неспециализированные

2. *Островная планировка — это...*

- а) оборудование размещается параллельными рядами вдоль стен, направляющих потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются параллельно входящему в зал покупательскому потоку;
- б) оборудование размещается параллельными рядами вдоль стен, направляющих потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются перпендикулярно входящему в зал покупательскому потоку.
- в) применяется, как правило, при обслуживании через прилавки; представляет собой размещение товаров и оборудования вокруг рабочих мест продавцов;
- г) представляет собой расстановку оборудования в виде обособленных отделов и секций.

3. *Укажите, к каким видам площадей относится кафетерий для обслуживания покупателей:*

- а) к торговым;
- б) к административно-бытовым;
- в) к подсобным;
- г) к техническим.

4. *Помещение для хранения тары и контейнеров, экспедиции по доставке товаров на дом, мастерские по ремонту оборудования и инвентаря относятся к:*

- а) техническим;
 - б) подсобным;
 - в) административно-бытовым;
 - г) помещения для приемки, хранения и подготовки к продаже.
5. В группу административно-бытовых помещений входят:
- а) главная касса;
 - б) моечные;
 - в) помещения аппарата управления;
 - г) мастерские для мелкого ремонта оборудования и инвентаря;
 - д) помещения для приема пищи.
6. Площадь занятая торговым оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения расчётов называют
- а) экспозиционной
 - б) демонстрационной
 - в) установочной
7. Укажите признаки, характеризующие форматы торговых предприятий.
- а) общая площадь магазина, торговая площадь, предоставляемый сервис.
 - б) общая площадь, ассортимент товаров, дополнительные услуги.
 - в) торговая площадь, ассортимент товаров, метод продажи товаров.
 - г) торговая площадь, ассортимент, дополнительные услуги.
8. Отношение площади выкладки товаров к площади торгового зала это:
- а) уровень выкладки товаров;
 - б) коэффициент установочной площади;
 - в) коэффициент использования площади торгового зала под выкладку.
 - г) коэффициент экспозиционной площади
9. Розничная продажа отличается от оптовой:
- а) нет отличий
 - б) продажей товаров мелкими партиями
 - в) продажей товаров населению для личного потребления.
10. Здания, которые используют для размещения магазина, классифицируют по нескольким признакам:
- а) капитальности сооружения, размещению, особенностям объемно-планировочного решения, материалу стен и конструктивных элементов
 - б) по приоритетным направлениям деятельности
 - в) степени эффективности производства
 - г) региональной принадлежности
 - д) материалу стен и конструктивных элементов, капитальности сооружения
11. Виды торговой сети:
- а) оптовая
 - б) посылочная
 - в) розничная
 - г) передвижная
 - д) стационарная
12. К внемагазинным формам обслуживания покупателей относятся:
- а) электронная торговля
 - б) сеть мелкорозничных предприятий, автомагазины
 - в) продажа по образцам
 - г) продажа через разъездных товароведов
 - д) продажа по заказам покупателей
13. Какие магазины относятся к розничной торговле?
- а) торговые автоматы;

- б) магазины, торгующие по каталогам;
- в) универсамы;
- г) товарная биржа

14. В чем заключается основная цель коммерческой работы розничных торговых предприятий?

- а) в организации торгового обслуживания покупателей;
- б) в организации товаров;
- в) в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка;
- г) в формировании ассортимента товаров.

15. Внемагазинные формы торговли для покупателей, проживающих вдали от крупных центров:

- а) торговля через автоматы
- б) торговля через Интернет
- в) торговля по методу самообслуживания
- г) торговля через прилавки
- д) торговля по каталогу через телевидение
- е) торговля товарами по почте «директ мейл»;

16. Какая наиболее распространенная планировка торгового зала в розничных торговых предприятиях?

- а) линейная
- б) комбинированная (смешанная)
- в) боксовая
- г) островная

17. Торговые здания и сооружения должны отвечать требованиям:

- а) архитектурно-строительным;
- б) нормативным;
- в) технологическим;
- г) экономическим;
- д) профессиональным;
- е) санитарно-техническим.

18. Какие методы продажи товаров в розничной торговле вы знаете?

- а) через прилавки
- б) по образцам, по предварительным закупкам
- в) с открытой выкладкой
- г) через самообслуживание
- д) по личной отборке
- е) по телефону
- ж) через коммивояжеров

Критерии оценки:

0,5 балла выставляется студенту, при условии его правильного ответа не менее чем на 90% тестовых заданий,

0,4 балла выставляется студенту при условии его правильного ответа от 70 до 89% тестовых заданий,

0,3 балла выставляется студенту при условии его правильного ответа от 50 до 69% тестовых заданий,

0,2 балл выставляется студенту при условии его правильного ответа менее чем на 50% тестовых заданий.

Задания для творческого рейтинга

Темы рефератов

Тема 2. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок товаров

Индикатор достижения: УК-10.1; УК-10.3

1. Роль торговли в сфере товарного обращения.
2. Тенденции развития торговли в России на современном этапе.
3. Организационно-методологические аспекты формирования коммерческой деятельности предприятиями на рынке товаров и услуг.
4. Коммерческая деятельность как категория рыночной экономики: содержание, цели, формирование.
5. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг.
6. Объекты коммерческой деятельности: товар, его характеристика; услуги как специфический товар и объект коммерческой деятельности.
7. Специфика закупки продовольственных товаров в коммерческой деятельности торгового предприятия
8. Специфика закупки непродовольственных товаров в коммерческой деятельности торгового предприятия
9. Закупка товаров в деятельности торговых сетей
10. Закупка товаров для государственных нужд
11. Тендеры как форма организации закупки товаров: содержание, особенности и организация

Тема 3. Основы организации и технологии товародвижения

Индикатор достижения: УК-10.1.

1. Роль транспорта в процессе товародвижения, характеристика основных его видов.
2. Документальное оформление перевозок.
3. Технология товародвижения. Принципы и условия рационального построения процесса товародвижения.
4. Характеристика основных форм товародвижения
5. Характеристика отдельных видов транспорта. Выбор видов транспорта для перевозки грузов

Тема 6. Товарные склады, их устройство и планировка. Технология и организация складских операций.

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

1. Роль и место складов в системе товародвижения.
2. Технологические и общетехнические требования к складам
3. Особенности устройства и технологической планировки складов. Параметры склада. Методики расчета потребности в складской площади
4. Каковы основные виды складских помещений, их рациональная взаимосвязь?
5. Склады: понятие и классификация, назначение и функции складов.
6. Виды складских помещений. Требования, предъявляемые к внутренней планировке складских помещений (зон).

Тема 8. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей

Индикатор достижения: УК-10.1; УК-10.2

1. Виды внемагазинной торговли
2. Основные требования к размещению товаров в торговом зале?

3. Основные операции торгово-технологического процесса магазина, реализующего товары, требующие хранения и подготовки к продаже?
4. Основные способы выкладки товаров. В чем их преимущества и недостатки

Критерии оценки:

0,5 балла – выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к написанию реферата (презентации): обозначена проблема и обоснована ее актуальность, проведен анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, выполнена качественная презентация,

0,4 балла – выставляется обучающемуся, если основные требования к реферату (презентации): выполнены, но присутствуют недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объем реферата, имеются упущения в оформлении презентации,

0,3 балла – выставляется обучающемуся, если имеются существенные отклонения от требований к реферату (презентации). В частности, тема раскрыта частично, допущены ошибки и отсутствуют выводы.

0,2 балла – выставляется обучающемуся, если имеются существенные отклонения от требований к реферату (презентации). В частности, тема не раскрыта, допущены ошибки и отсутствуют выводы. Оригинальность реферата - 40%.

Темы докладов

Тема 7. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения.

Основы технологической планировки магазинов:

Индикаторы достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

1. Коммерческая деятельность на предприятиях розничной торговли по реализации продовольственных (непродовольственных) товаров
2. Условия и факторы, определяющие содержание коммерческой деятельности в розничной торговле
3. Классификация и содержание форм коммерческой деятельности предприятий розничной торговли
4. Торговое обслуживание и формы розничной торговли

Критерии оценки:

0,5 балла – выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к основному содержанию доклада (презентации): обозначена проблема и обоснована ее актуальность, проведен анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема доклада раскрыта полностью, выдержаны время и объем, выполнена качественная презентация,

0,4 балла – выставляется обучающемуся, если основные требования к докладу (презентации): выполнены, но присутствуют недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержано время доклада, имеются упущения в оформлении презентации,

0,3 балла – выставляется обучающемуся, если имеются существенные отклонения от требований к докладу (презентации). В частности, тема раскрыта частично, допущены ошибки и отсутствуют выводы.

Решение ситуационных задач

Тема 2. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок товаров

Индикаторы достижения: УК-10.1; УК-10.2

Ситуационное задание

Задача: «Модный бум»

Лучано Бенеттон, основатель и глава компании Benetton, изобрел для мира «массовую моду». Эта идея приносит ему сегодня миллиарды долларов в год. Начав пятьдесят лет назад с нескольких вручную связанных свитеров, семья Бенеттонов продает сегодня более ста миллионов предметов модной одежды по всему миру. Итальянская мода появилась сама по себе – люди хотели радоваться налаживающейся жизни. Перед Benetton тогда стояла проблема: поднять цены и стать дорогим брэндом для узкого круга клиентов или же наращивать объемы производства. Во втором случае существовал риск опуститься до банального ширпотреба, тем не менее, ставка была сделана на массовость. Бенеттон придумал особое понятие «массовая мода». Свои коллекции Benetton меняет раз в месяц. Пятьсот человек занимаются в компании разработкой коллекций, новых материалов, цветовых концепций. Воплощая в жизнь на технологическом уровне эту модель производства одежды, сочетающую высокое качество, огромный выбор и быстрое изменение дизайна, семье Бенеттонов потребовалось придумать крайне гибкую, высокотехнологичную систему производства и особую сетевую схему сбыта.

Задание:

Определить, какую систему производства и сетевую схему сбыта выбрала компания Benetton?

Задача: «В ритме спорта»

За последние три года объем спортивного рынка России удвоился. Динамичный рост объясняется как возросшей любовью потребителей к спортивному образу жизни, так и отсутствием в стране достаточного количества розничных спортивных магазинов. Российские производители спортивного инвентаря сегодня работают на основе контрактного производства. Производство по лицензии позволило отечественным компаниям добиться необходимого уровня качества, и сейчас они готовы выходить из контрактов и выпускать более дорогие разработки под собственными брендами. Как считают сами производители спортивного инвентаря, на сегодняшний день они заняли нишу недорогого качественного оборудования. В российской ценовой нише работают и некоторые западные предприниматели, имеющие в своей линейке недорогие товары. Правда по качеству эти модели, как и дешевый китайский импорт, уступают отечественной продукции. В известных спортивных сетях россияне пока представлены довольно слабо. Главная проблема при взаимодействии с известными спортивными сетями — отсутствие у наших компаний узнаваемого бренда.

Задание:

Оценив ситуацию, предложите пути развития деятельности российских производителей спортивного оборудования.

Тема 4. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

Ситуационное задание

Задача «Пушной аукцион»

В Петербурге пушные аукционы проводятся четыре-пять раз в год. Зимние, декабрьский и январский, - самые популярные, собирающие максимальное число продавцов и покупателей. Эти аукционы называют своего рода российским брэндом, витриной отечественного пушного рынка: нигде в стране, кроме как в Петербурге, такие торги не осуществляются. Последние лет десять "витрина" выглядела неважно: годовой объем реализации российских аукционов составлял 10-12 млн. долларов, в то время как на торгах в Копенгагене (Дания является главным конкурентом России на рынке меха) ежегодно продается пушнина на сумму в 250-300 млн. долларов и больше. Компания "Союзпушнина" с советских времен является монополистом по проведению меховых аукционов. Однако, ежегодные объемы реализации меха в последнее десятилетие снизились. Неутешительная динамика развития объясняется тем, что на советских пушных аукционах в основном продавались шкурки животных, разводимых в

клетках, - норки, лисицы, песца. Однако в постперестроечный период компания утратила рынок "клетки" - на торги поступала преимущественно "дикая" пушнина - прежде всего соболь. Аукцион, являвшийся ранее универсальным, получил среди специалистов пушного рынка название "соболиный". Российские зверосовхозы через посредников стали поставлять шкурки на аукционы в Копенгаген и Хельсинки либо продавать их перекупщикам, работающим на внутреннем, российском, рынке.

Задание:

Предложить меры, которые необходимо предпринять руководству аукциона для возвращения на свои торги компаний, занимающихся разведением пушных зверьков в клетках.

Ситуационное творческое задание 2.

ООО «Кондитер» реализует со склада в Москве кондитерские изделия фабрик «Ротфронт», «Красный Октябрь», «Большевичка». Составить коммерческое предложение от имени ООО «Кондитер» универсаму «Магнит», а затем договор поставки на текущий год.

Тема 5. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли

Индикатор достижения: УК-10.1

Кейс «Пушной аукцион»

В Петербурге пушные аукционы проводятся четыре-пять раз в год. Зимние, декабрьский и январский - самые популярные, собирающие максимальное число продавцов и покупателей. Последние лет десять "витрина" выглядела неважно: годовой объем реализации российских аукционов составлял 10-12 млн. долларов, в то время как на торгах в Копенгагене (Дания является главным конкурентом России на рынке меха) ежегодно продается пушнины на сумму в 250-300 млн. долларов и больше.

Задание: Предложить меры, которые необходимо предпринять руководству аукциона для возвращения на свои торги компаний, занимающихся разведением пушных зверьков в клетках.

Критерии оценки:

0,5 балла выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, а ответ на него является исчерпывающим, т.е. охватывает все его существенные аспекты, в нем полно отражена относящаяся к вопросу законодательная и нормативно-правовая база,

0,4 балла выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, раскрывает основные понятия, относящиеся к предмету вопроса, но в ответе не полно отражена законодательная и нормативно-правовая база,

0,3 балла выставляется студенту, если он понимает суть вопроса, но не полно, не точно описывает предмет вопроса, а также отдельные основные понятия, относящиеся к области обсуждения, или в ответе присутствуют отдельные ошибочные положения, нечеткие формулировки,

0,2 балла ответ является неправильным в целом или содержит в основном ошибочные положения, не отражает суть обсуждения.

Кейсовые задания

Тема 2. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок товаров.

Индикаторы достижения: УК-10.1; УК-10.3

Кейс-задание

Работа в малых группах (4-5 человек). Каждой группе выдается кейс-задание, с которым студенты работают в течение двух часов в отдельных аудиториях.

Кейс-задание включает ситуацию, когда руководитель предприятия направляет в командировку группу сотрудников для заключения договора поставки с потенциальным покупателем. Для

успешного проведения переговоров с потенциальным покупателем студентам необходимо подготовить полный пакет документов и рекламные материалы.

Студентам необходимо:

1. Разработать проект договора поставки;
2. Разработать спецификацию к договору поставки;
3. Разработать протокол разногласий;
4. Составить оферту
5. Разработать визитки, буклеты, рекламные листки, каталоги (по выбору).
6. Провести переговоры по плану, соблюдая логику продаж: блок уточнения информации; торговая презентация; совершение сделки.
7. Ответить на вопрос: «Назовите шесть причин, почему потенциальному покупателю следует заключить договор с именно с Вашим предприятием?»

Исходная информация о предприятиях (поставщике и покупателе) представлены в кейс-задании (пакет экзаменатора, приложение 3), показатели и критерии оценивания представлены в оценочном листе

Текст задания

Пензенская кондитерская фабрика входит в состав крупнейшей кондитерской компании России — Холдинга «Объединенные кондитеры». Среди компаний Холдинга такие крупные именитые московские предприятия, как ОАО «Рот Фронт», ОАО «Красный Октябрь», ОАО «Кондитерский концерн «Бабаевский».

Глядя на огромное предприятие, оснащенное самым современным оборудованием, трудно поверить, что все начиналось с небольшой кондитерской мастерской, где трудились всего десять человек, и объемы производства составляли не более 90 кг карамельной массы и 60 кг пряников в день. Такой Пензенская кондитерская фабрика была 80 лет назад. Несмотря на свой солидный возраст ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» сегодня — это динамично развивающаяся компания, которая упорно следует поставленной цели, выраженной в миссии предприятия: «Мы выпускаем продукцию, которая помогает делать жизнь приятней». Поэтому ассортиментный портфель компании оптимален с точки зрения выпускаемых групп кондитерских изделий, обновления ассортимента, качества продукции, цены.

Фабрика производит продукцию практически в каждом сегменте рынка кондитерских изделий, а это более 130 наименований:

- конфеты,
- ирис,
- драже,
- карамель,
- зефир,
- восточные сладости,
- вафли,
- пряники,
- печенье,
- вафельные торты.

На протяжении многих лет ПКФ выпускает кондитерские изделия, которые узнаваемы и любимы с самого детства: «Мишка косолапый», «Трюфели», «Красная Шапочка», «Ромашка», «Ласточка», «Буревестник», «Птичье молоко».

Структура предприятия сформирована таким образом, чтобы оперативно отслеживать существующую ситуацию на рынке кондитерских изделий. Проводятся статистические и полевые маркетинговые исследования, затем они обрабатываются и анализируются. На основе полученных результатов идет постоянное обновление ассортимента. Параллельно разрабатываются и внедряются в производство новые, востребованные покупателем виды кондитерских изделий.

Предприятие сделало ставку на продукцию класса mass-market, доступную большинству

покупателей с разными доходами. На современной немецкой линии на ПКФ производятся вафли, вафельные торты и вафельные батончики под брендом “Обожайка”. Эта продукция пользуется широкой популярностью, и спрос на нее постоянно растет.

Именно эти условия продиктовали необходимость покупки новой австрийской линии с отличительными опциями, позволяющими выпускать высоко конкурентную продукцию. На региональных рынках стал расти сегмент мучнистых изделий, и вафли “Обожайка” пришлось весьма кстати.

Выпустить вкусный достойный продукт еще полдела, необходимо довести его до конечного покупателя. С 2003 года началось формирование новой системы сбыта, включающей развитие магистральных дистрибьюторских центров. Это позволило приятно завоевать большую долю, как на локальном, так и на региональных рынках. Многие предприятия утверждают, что их продукция самая качественная. Пензенская кондитерская фабрика подтверждает качество продукции фактами, которые говорят сами за себя.

Во-первых, высокое качество продукции ЗАО “Пензенская кондитерская фабрика” соответствует требованиям ГОСТ Р 51705.1—2001, подтверждающим, что система управления качеством и безопасностью пищевых продуктов основана на принципах ХАССП применительно к производству кондитерских изделий.

Во-вторых, продукция компании востребована на международном рынке (ЗАО “Пензенская кондитерская фабрика” экспортирует свою продукцию в десятки стран) и соответствует мировым стандартам. В частности, система качества разработки товара, его производства и поставки кондитерских изделий соответствует ГОСТ Р ИСО 9001—2001

И наконец, множество наград, которыми продукция награждена в ходе проведения отечественных и зарубежных выставок. На дегустационных конкурсах, проводимых в рамках международных выставок “Продэкспо-2010” (г. Москва) и World Food—2010 (г. Москва), продукция Пензенской кондитерской фабрики завоевала серебряные и бронзовые награды. Набор конфет “Пенза” 340 г и вафли “Обожайка” с ароматом крем-брюле 50 г выиграли серебро, конфеты “Обожайка” со вкусом крем-карамель и вафельный батончик “Обожайка” с миндалем и вкусом крем-брюле 25 г получили бронзу.

Неизменно высокое качество производимой продукции — один из основополагающих принципов Холдинга “Объединенные кондитеры”. На предприятии действует строгая система контроля каждого этапа — это на 100% гарантирует безопасность кондитерских изделий. Система включает проведение дополнительных анализов, замеров, закупку дополнительного контролирующего оборудования. Тщательную проверку проходит, прежде всего, поступающее на фабрику сырье. В этом вопросе немаловажным является тот факт, что предприятие работает только с известными, хорошо зарекомендовавшими себя поставщиками. Вся продукция вырабатывается из натурального сырья и является экологически чистой. Важно, что на выходе все кондитерские изделия подвергаются дополнительной проверке. Огромное значение придается соблюдению норм санитарии и безопасности продукта.

Новинки

В прошлом году “сладкую” семью бренда “Обожайка” дополнили четыре вида помадных конфет, два вида вафельных батончиков, два вида вафельных тортов и восемь наименований неглазированных вафель.

Существенно расширилась любимая многими линейка конфет “Нива”. Традиционную конфету с обсыпкой вафельной крошкой дополнили конфеты с обсыпкой дробленным миндалем и с обсыпкой из кокосовой стружки.

В планы Холдинга входит завоевание новых ниш кондитерского рынка. С 2008 года АО “Пензенская кондитерская фабрика” активно развивает новое направление деятельности — выпуск продукции под “частной торговой маркой”. Сетевые ретейлеры и крупные организации заказывают продукцию под Private Label, не боясь потерять свой имидж, а темп развития данного направления в деятельности предприятия еще одно важное доказательство высокого качества продукции и оптимального соотношения “цена—качество”.

Руководство фабрики поручило группе сотрудников заключить договор поставки с крупнейшим оптово-розничным предприятием ПАО «Слата» в Иркутской области.

ПАО «Слата» имеет мощную материально-техническую базу: оптовые склады, реализующие кондитерские изделия по всей области и другим регионам, большую сеть розничных предприятий (гипер и супермаркетов), осуществляющих продажу продовольственных товаров, в т.ч. кондитерских изделий.

АО «Пензенская кондитерская фабрика» заинтересована в долгосрочном сотрудничестве с ПАО «Слата».

Реквизиты сторон:

Поставщик: АО «Пензенская кондитерская фабрика»

670047, Россия, г. Пенза, ул. Сахьяновой, д. 9, оф. 2-11

Р/с 4070281000 000000 03665 ПАО АК «БайкалБанк» г. Пенза

301018102000000 00736

БИК 048142736 ИНН/КПП 0323351310/032301001 тел. 8 (3012)63-72-72/

Руководитель _____ Р.Д. Хубитуев

Покупатель: ПАО «Слата» 123456, Иркутская область, г. Иркутск, пр. Автомобилистов 01, оф. 01

ИНН 1234567890, КПП 123456789 70 Р/сч. 44678432789543000224 в филиале АКБ Мосстройэкономбанка

к/с. 30101810100000000775 БИК 123456789

Руководитель _____ Н.В. Голубева.

Инструкция по выполнению задания:

Внимательно прочитайте задание, проанализируйте его, обозначьте цели работы группы, план работы и распределите обязанности членов группы. Представьте себя на месте группы сотрудников, которая должна заключить договор, разработайте план действий для проведения переговоров с директором предприятия ПАО «Слата».

1. План переговоров (логика продаж)

1.1 Блок уточнения информации;

1.2 Торговая презентация;

1.3 Совершение сделки.

2. Разработать проект договора поставки;

3. Разработать спецификацию к договору поставки;

4. Разработать протокол разногласий;

5. Составить оферту;

6. Разработать визитки, буклеты, рекламные листки, каталоги (по выбору);

7. Ответить на вопрос: «назовите шесть причин, почему ОАО «Слата» следует заключить договор с Вашим предприятием?»

Вы можете воспользоваться Интернет ресурсами,

Время выполнения задания 200 мин. в т.ч.:

Подготовка материалов для проведения переговоров – 160 мин.

Проведение переговоров - 20 мин. Презентация портфолио 20 мин

Тема 4. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле

Индикатор достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

Кейс «Развитие сбытовой деятельности оптового торгового предприятия»

Предприятие «Костюм» - один из крупнейших производителей мужских костюмов, поставляющее свою продукцию во все регионы России. В настоящее время планирует дополнительно открыть свои магазины в субъектах, что позволит увеличить прибыль предприятия на:

30% за счет открытия дополнительного количества магазинов

30% за счет увеличения производства

Для открытия магазинов необходимы инвестиции в пределах 700 тысяч \$, которые окупятся в течение 2 лет. На данный момент инвесторов, желающих вложить средства на открытие дополнительных магазинов, нет. Сейчас продукцию предприятия «Костюм» реализуют во всех субъектах, приоритетным для производителя является самый развитый рынок – Москвы.

Руководство заинтересовано в открытии собственных розничных торговых предприятий, это повлечет за собой необходимость расширения ассортимента, свойственного для этой группы товаров.

На запуск одного магазина потребуется 100 тыс. \$. Портрет потенциального покупателя костюмов: человек со средним достатком и особое внимание не уделяет марке костюма. Для него определяющими факторами являются: качества материала и пошива, приемлемая цена.

Руководство предприятия поставило задачу перед департаментом найти приемлемое решение для увеличения количества магазинов и максимизации объема продаж.

Департамент владеет следующей информацией:

Между тем объем продаж мужской одежды ежегодно увеличивается в денежном выражении, по разным оценкам, на 20-30%. Основной рост приходится на крупные города, в частности Москву и Санкт-Петербург. В свете развития деловой культуры интересом пользуется сегмент деловой одежды.

Значительную часть на российском рынке (до 60% в натуральном выражении) занимают костюмы экономкласса. В последний год увеличились продажи костюмов среднего ценового сегмента. Согласно данным экспертов, самым емким, в стоимостном выражении, и перспективным является среднеценовой сегмент рынка одежды, который составляет, примерно 45-47% рынка.

Как показало исследование, на рынке мужской деловой одежды работает значительное число российских производителей, занимающих стабильные позиции. Марки «люкс» (от 12 тыс. рублей и выше) и среднего класса (6-12 тыс. рублей) широко представлены изделиями российских предприятий.

Экономичный сегмент (в среднем 2-4 тыс. рублей) заполнен продукцией турецких, китайских и российских производителей. Положение осложняется слабым развитием брэндинга, узнаваемость марок низкая. Владельцы компании ожидают, что ситуация станет сопоставимой, скажем, с сегодняшней индустрией продуктов питания (где брэнды примерно с равным уровнем качества конкурируют в рекламных стратегиях и точности позиционирования) не раньше, чем через 5-10 лет. Достаточно часто фирмы обвиняют друг друга в незаконном копировании моделей. Некоторые игроки считают вполне приемлемым и выпуск откровенных подделок, допустим, костюмов под лейблом Hugo Boss или Pierre Cardin.

Выход на рынок костюмов затруднен высокой технологичностью процесса производства, что является сдерживающим фактором для активного развития в сегменте производителей из Юго-Восточной Азии.

По мнению экспертов, спрос на элитные модели мужских костюмов со временем будет только расти: человек, решившийся на покупку дорогого костюма один раз, больше никогда не вернется к более дешевым аналогам, потому что разница между ними огромна. Также в последнее время состоятельные люди начинают уделять себе все больше внимания - именно эти клиенты специально отслеживают все новинки среди костюмов, для них очень важна актуальность коллекции. Развитие деловой культуры способствует повышению спроса на деловую одежду, что открывает хорошие перспективы для развития отечественных игроков, обладающих необходимой производственной базой.

Также наметилась тенденция - создание компаниями, осуществляющими пошив мужских костюмов, собственных розничных сетей, что позволит более точно прогнозировать будущие доходы, обеспечит динамичные продажи, и гибкие цены, магазины крайне неохотно идут на потерю маржи во время распродаж, а также будет способствовать увеличению количества программ по повышению лояльности потребителей.

Вопросы к кейсу:

- *Какие шаги следует предпринять руководству предприятия «Костюм» для завоевания лидерства на данном рынке?*
- *Проведите Swot-анализ деятельности данного предприятия.*
- *Определите плюсы и минусы каждого варианта вложения в бренд (в производство, в создание собственной розничной сети или широкой сети магазинов).*
- *Сделайте выбор в пользу одного варианта развития, обоснуйте Ваше решение. Опишите мероприятия, которые необходимо сделать для его реализации.*

Критерии оценки: 0,5 балла - «отлично» ставится студенту, владеющему высоким теоретическим и методическим уровнем решения ситуационных задач, в полном объеме, на высоком качественном уровне;

0,4 балла - «хорошо» заслуживает студент, владеющий достаточным теоретическим и методическим уровнем решения комплексных ситуационных задач; проявивший сформированность умений в аналитической деятельности; испытывающий некоторые затруднения в формулировании выводов;

0,3 балла - «удовлетворительно» заслуживает студент, выполнивший основные задачи задания, не проявляющий творческого интереса в решении поставленных задач; испытывающий значительные затруднения в работе;

0,2 балла - «неудовлетворительно» заслуживает студент, не выполнивший программу задания

Деловая игра

Тема 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности в торговле. Объекты и субъекты коммерческой деятельности

Индикаторы достижения: УК-10.1; ОПК-1.2

Деловая игра «Коммерческая тайна»

Цель и условие задания. Составить примерный образец обязательства о неразглашении коммерческой тайны при приеме на работу в коммерческую фирму «Веста» гражданина Иванова Петра Алексеевича.

Методические указания по выполнению задания. Для составления письменного обязательства о неразглашении коммерческой тайны фирмы рекомендуется использовать литературные источники

Исходная информация: существуют два конкурирующих предприятия А и Б, предприятие А владеет уникальной информацией (формулой, разработкой, полезной моделью или другим изобретением), позволяющим существенно увеличить доходы.

Методические указания:

1. Группа студентов делится на две подгруппы (А и Б).
2. Каждая подгруппа выбирает организационно-правовую форму (ООО, АО и пр.) и обосновывает свой выбор.
3. Подгруппы формулируют миссию, цели в долгосрочной и краткосрочной перспективе, определяют основные задачи своего предприятия.
4. Предприятие А определяет перечень информации, составляющей коммерческую тайну, круг лиц, имеющих к ней доступ, а также разрабатывают комплекс мер по ее защите.
5. Предприятие Б разрабатывает возможные варианты получения секретных сведений конкурента.

Далее подгруппы озвучивают свои идеи, и в результате обсуждения делается вывод:

- а) предприятие А предусмотрело не все возможные угрозы безопасности коммерческой тайны и конкурентам удалось завладеть уникальной информацией;
- б) предприятие Б не предложило такого способа добычи секретной информации, который не был бы предусмотрен предприятием А.

Тема 3. Основы организации и технологии товародвижения

Индикатор достижения: УК-10.1

Задание: Выбрать и рассчитать эффективность оптимального варианта *товародвижения* и вида транспорта для завоза товаров из Санкт-Петербурга в Тверь, Москву и Владимир, исходя из необходимости рационализации путей товародвижения, эффективного использования видов транспорта с целью сокращения транспортных и других расходов.

Действующая схема товародвижения продукции руководством производственного объединения признана нерациональной по ряду причин.

Методические указания

Первый этап.

Проанализировать действующую схему процесса товародвижения из Санкт-Петербурга в Тверь, Москву и Владимир. На основании проведенного анализа четко выделить имеющиеся в базовой схеме недостатки.

Второй этап.

Проанализировать предложенные варианты рационализации функционирующей схемы товародвижения, отметить их преимущества и недостатки по сравнению с базовым вариантом.

Третий этап.

Рассчитать на основе данных совокупные расходы, возникающие при доставке продукции от предприятия-изготовителя до конечного потребителя по действующей и предлагаемым схемам товародвижения:

Четвертый этап.

Рассчитать экономическую эффективность процесса товародвижения по действующему (базовому) и предлагаемым вариантам, выражающуюся в сумме уменьшения совокупных расходов, связанных с организацией товародвижения (с учетом устранения нерациональной встречной перевозки, а также замены автомобильной доставки груза на железнодорожную). Сформулировать вывод.

Тема 5. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли

Индикатор достижения: УК-10.1;

Деловая игра «Поставщик»

Цель задания: изучить роль и место организаторов оптового оборота (публичных торгов) в каналах распределения.

Концепция игры - поиск оптимальных вариантов решения проблем на различных этапах торговой деятельности.

Выбор нового поставщика должен быть начат с анализа материальной потребности предприятия и возможности удовлетворения ее на рынке.

После изучения рынка разрабатывается спецификация, в которую включаются наименование товара, а также требования, которым должен отвечать товар в момент поставки.

Изучение рынка продукции дает возможность составить перечень потенциальных поставщиков.

Роли:

- ведущий - способствует правильному "разделению труда". Следит, чтобы в группе не занимались несколькими делами одновременно, чтобы все имели занятие, чтобы действия не дублировались;

- инициатор - участник, который чаще, чем другие, предлагает новые решения, вносит предложения, изменяет точку зрения на цели группы. Они могут касаться поставленного в группе задания, проблемы организации работы в группе и т.д.;

- последователь - подхватывает новую инициативу, расширяет ее, помогает в реализации начатых в группе дел.

- ищущий информацию - часто ставит вопросы и пытается получить на них ответ, побуждает к действию, принятию решений.

Содержание задания.

Задание 1. На основе изучения литературных и учебных источников выявить различия в содержании и направленности услуг организаторов и оформить ответ в виде таблицы.

Таблица 2.5. Характеристика услуг организаторов оптового оборота.

Вид организатора	Товарная специализация	Выполняемые функции	Обслуживаемый контингент	Форма представления товара
1. Ярмарки				
2. Выставки-продажи				
3. Товарные биржи				
4. Аукционы				
5. Оптовые продовольственные рынки				

Задание 2. Представить схему организационной структуры и перечислить функции звеньев аппарата управления организаторов, с учетом особенностей их деятельности.

Схемы организационной структуры и аппарата управления представьте в графическом виде, функции в виде текста.

Ожидаемый результат - научиться выбирать потенциальных поставщиков на рынке, учитывая различные критерии отбора и исключить тех, которые не удовлетворяют требованиям предприятия и потребителя.

Деловая игра Тема «Организации торговли на оптовых ярмарках».

Концепция игры заключается в решении торгово-хозяйственной ситуации по организации оптовых закупок товаров на ярмарке и формировании у студентов практических умений по оформлению необходимой документации на всех этапах коммерческих отношений при оптовых закупках товаров на ярмарках.

Роли: Создаются игровые группы студентов:

Первая группа студентов играет роль производственных предприятий (текстильной, кожевенно-обувной, швейной, трикотажной отраслей промышленности), которые в последующем будут поставщиками товаров;

Вторая группа студентов выполняет роль оптовых торговых предприятий-посредников;

Третья группа выступает в роли ярмарочного комитета (выполняют организационную работу по подготовке и проведению ярмарки);

Четвёртая группа студентов имитирует экспертную комиссию (назначается в том случае, если во время функционирования ярмарки проводятся конкурсы, например, конкурс «Лучший отечественный товар, представленный на ярмарке». В конкурсе оцениваются не отдельные виды товаров, а вся ассортиментная группа, выпускаемая предприятием, конкурентоспособность по потребительским свойствам и цене, стабильность производства и уровень маркетинга.)

Участники деловой игры на всех этапах игрового процесса выполняют определенные функции.

Ожидаемый(е) результат(ы) - проверка и углубление знаний студентов по теоретическим вопросам организации ярмарочной торговли, которые получены ими на основе усвоения лекционного материала по теме, а также самостоятельного посещения ярмарок и выставок и анализа их работы.

Критерии оценки:

0,5 балла - оценка «отлично» ставится студенту, владеющему высоким теоретическим и методическим уровнем решения профессиональных задач, продемонстрировавшему компетентность в вопросах использования методов исследовательской деятельности, в полном объеме, на высоком качественном уровне.

0,4 балла - оценки «хорошо» заслуживает студент, владеющий достаточным теоретическим и методическим уровнем решения профессиональных задач; испытывающий некоторые затруднения в раскрытии задания; предоставил решение в полном объеме, выполненное на хорошем качественном уровне;

0,3 балла оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, выполнивший основные задачи задания, не проявляющий творческого, познавательного, исследовательского интереса в решении поставленных задач; испытывающий затруднения в работе;

0,2 балла оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, не выполнивший программу задания.

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

Структура экзаменационного билета

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
1. Источники закупок и принципы, учитываемые при выборе поставщиков	15
2. Форматы предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность.	15
3. Тест: Как называют склады, предназначенные для накопления текущих запасов товаров. а) подсортировочно-распределительные б) досрочного завоза в) сезонного хранения г) накопительные	10

Задания, включаемые в зачетное задание

Номер вопроса	Перечень практических заданий к зачету
1.	Какие организации приглашаются для составления коммерческого акта о не подлежащем качеству товара, если поставщик отказывается явиться на составление акта? а) акт составляется в одностороннем порядке б) представитель из торговой инспекции в) представитель незаинтересованной организации г) представитель из бюро товарных экспертиз или экспертом из торгово-промышленной палаты.
2.	Различают следующие виды организаторов оптового товарооборота: а) оптовые базы, оптовые склады, дистрибьюторы б) агенты, коммивояжеры, разъездные товароведы в) товарные биржи, торговые дома, выставки-продажи, ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки г) специализированные, посреднические, транзитно-перевалочные
3.	Соответствие между категориями малых предприятий в зависимости от численности работающих 1. Розничная торговля и бытовое обслуживание а) 60 человек 2. Промышленность б) 30 человек 3. Оптовая торговля в) 100 человек 4. Сельское хозяйство г) 100 человек

	5. Строительство 6. Научно-технической сфере	д) 50 человек ж) 60 человек
4.	Формами организации товародвижения являются: а) складская. б) магазинная. в) транзитная	
5.	Соответствие между потребительскими товарами разного покупательского спроса и предпочтениями покупателей в процессе их выбора и покупки 1. Товары повседневного спроса 2. Товары предварительного выбора 3. Товары особого спроса 4. Товары пассивного спроса 5. Товары сезонного потребления	а) случайного потребления б) потребляются часто в) сравниваются потребительские свойства г) спрос зависит от сезона д) с торговыми марками или с уникальными свойствами
6.	Основными направлениями защиты коммерческой информации являются: а) разработка инструкций об использовании защищаемой информации; разработка стратегии коммерческой деятельности предприятия, осуществление коммерческих переговоров; б) разработка инструкций об использовании защищаемой информации; контроль за допуском сотрудников предприятия к коммерческой информации; внедрение пропускной системы; использование контрактов при приеме сотрудников на работу; в) разработка инструкций об использовании защищаемой информации; контроль за допуском сотрудников предприятия к коммерческой информации; систематизация коммерческой информации по степени секретности; внедрение автоматизированной технологии защиты коммерческой информации; г) разработка инструкций об использовании защищаемой информации; совершенствование форм и методов выполнения коммерческих операций; усиление материальной заинтересованности работников в сохранности коммерческой информации.	
7.	Назовите виды ассортимента по степени удовлетворения потребителей? а) рациональный, оптимальный; б) простой, сложный; в) развернутый, сопутствующий.	
8.	Какое определение маятникового маршрута движения автомобильного транспорта правильно? а) путь следования к потребителям продукции б) путь следования между двумя пунктами повторяется неоднократно в) путь следования от автохозяйства к потребителю г) путь следования от ж/д станции до оптового предприятия	
9.	Как называют склады, предназначенные для накопления текущих запасов товаров. а) подсортировочно-распределительные б) досрочного завоза в) сезонного хранения г) накопительные	
10.	К коммерческим процессам относятся: а) погрузка и разгрузка товаров; б) хранение товаров;	

	в) изучение и прогнозирование спроса; г) подсортировка товаров; д) заключение договоров на поставку товаров; е) рекламно-информационная работа.
11.	Организация закупки и поставки товаров включает ряд этапов: а) выявление спроса покупателей. б) формирование номенклатуры товаров. в) принятие решений по закупке и поставке товаров. г) выбор поставщиков. д) управление технологическими процессами. е) определение экономической эффективности закупок и поставок продукции
12.	Коммерческая технология представляет собой: а) совокупность способов и приемов документального обеспечения коммерческой деятельности; б) совокупность информационных технологий, используемых в коммерческой деятельности; в) совокупность приемов, методов, способов и средств выполнения коммерческих операций; г) совокупность способов и приемов материально-технического обеспечения коммерческой деятельности.
13.	Формами организации товародвижения являются: а) складская. б) магазинная. в) транзитная
14.	Унитарным предприятие может быть: а) только государственное предприятие/муниципальное б) любое предприятие, имущество которого неделимо - в). иностранное предприятие г) все ответы верны
15.	Выберите наиболее полное определение. а) управление – организация и кооперация деятельности коллективов в процессе производства продукции, оказания услуг; б) управление – это труд людей, направленный на организацию и координацию деятельности трудовых коллективов и отдельных работников в процессе производства продукции, оказания услуг; в) управление – внешнее воздействие на трудовой коллектив или его часть с целью достижения поставленных высшим руководством задач; г) управление – организация совместной деятельности людей для участия в процессе производства.
16.	Акционерное общество, акции которого могут свободно продаваться и покупаться без согласия других акционеров, называется: а) открытое акционерное общество (ПАО); б) закрытое акционерное общество (АО); в) зависимое хозяйственное общество; г) дочернее хозяйственное общество.
17.	Закупка товаров как составная часть коммерческой деятельности включает в себя: а) изучение и прогнозирование покупательского спроса; б) выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров; в) организацию хозяйственных связей с поставщиками товаров, включая разработку и заключение договоров поставки; г) организацию учета и контроля за ходом выполнения договорных

	г) всем перечисленным выше организационно - правовым формам фирмы				
25.	Широта ассортимента представляет собой: а) количество позиций в каждой ассортиментной группе. б) перечень товаров, реализуемых розничными торговыми предприятиями. в) количество предлагаемых ассортиментных групп.				
26.	Дайте характеристику различным организационным структуры управления и определите, для каких оптовых и розничных предприятий можно рекомендовать ту или иную структуру управления.				
27.	В сети крупных универсамов присутствуют следующие товарные группы: хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, бакалея, молочная гастрономия, средства личной гигиены, мясная гастрономия, мясная кулинария, диабетические продукты, хозяйственно- бытовые товары, рыба и морепродукты, замороженные продукты, товары для животных, электротовары, овощи и фрукты, соки и вод, алкогольная продукция, парфюмерия и косметика, бытовая химия, табачные изделия, детское питание, товары собственного производства (салаты, выпечка). ➤ Выделите товары основного ассортимента и товары дополняющие его. ➤ Какие еще дополняющие товары можно включить в ассортимент универсамов?				
28.	Рассмотрите возможности использования матрицы БКГ при анализе формирования торгового ассортимента магазина.				
29.	Существуют такие экономические категории как «товародвижение» и «товароснабжение». Дайте определение этих категорий, проведите их логический анализ, установите взаимосвязь и различия в данных понятиях. Заполните таблицу (таблица) Анализ экономических категорий «товародвижение» и «товароснабжение»				
	Категория	Определение	Элементы	Сходство	Различия
	Товародвижение				
	Товароснабжение				
30.	ООО «Кондитер» реализует со склада в Москве кондитерские изделия фабрик «Ротфронт», «Красный Октябрь», «Большевичка». Составить коммерческое предложение от имени ООО «Кондитер» универсаму «Магнит», а затем договор поставки на текущий год.				

Типовой перечень вопросов к экзамену:

1.	Значение и виды оптовых ярмарок. Порядок заключения договоров на ярмарке
2.	Понятие коммерческой тайны. Требования защиты, предъявляемые к информации, методы защиты
3.	Государственная политика и меры по развитию торговой деятельности в РФ (или регионе)
4.	Коммерческие службы, состав и задачи
5.	Оптовые посредники: их виды, необходимость использования оптовых посредников в процессе товародвижения.
6.	Субъекты коммерческой деятельности на потребительском рынке и их характеристика.
7.	Характеристика организационно-правовых форм торгового бизнеса: характеристика предприятий по объединению капитала.
8.	Понятие и сущность товародвижения, его принципы и формы.
9.	Характеристика организационно-правовых форм торгового бизнеса: характеристика предприятий по объединению лиц.
10.	Объекты коммерческой деятельности: их характеристика. Услуги как специфический

	товар и объект коммерческой деятельности.
11.	Коммерческий риск: понятие, виды. Состав и оценка рисков в деятельности организаций торговли
12.	Роль договора во взаимоотношениях продавцов и покупателей. Классификация договоров.
13.	Процесс товародвижения, как основа организации коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на процесс товародвижения.
14.	Закупка товаров на оптовых ярмарках.
15.	Источники закупок и принципы, учитываемые при выборе поставщиков
16.	Виды коммерческой информации: их источники
17.	Понятие, сущность и задачи коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности
18.	Понятие об ассортименте товаров и его классификация. Свойства и показатели ассортимента товаров.
19.	Порядок формирования и управление ассортиментом товаров на предприятиях торговли. Собственная торговая марка
20.	Формирование и регулирование ассортимента товаров на торговых предприятиях (оптовых и розничных): принципы, этапы, методы, контроль.
21.	Комплексный анализ товарного ассортимента (ABC, XYZ-анализ). Товарно-ассортиментная политика.
22.	Понятие сбыта продукции, его задачи. Каналы сбыта в системе товародвижения, понятие, виды, их выбор. Технология и организация доставки товаров.
23.	Коммерческая деятельность в оптовой торговле, ее сущность, функции и особенности. Особенности развития оптовой торговли на современном этапе и ее роль в системе товароснабжения.
24.	Оптовые предприятия, их функции, типы и виды, Кооперация и интеграция в оптовой торговле.
25.	Формы и методы оптовой продажи товаров и оценка их эффективности.
26.	Понятие о предприятиях (фирмах), их классификация и характеристика по виду деятельности
27.	Форматы предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность.
28.	Назначение и функции складов, их классификация. Виды складских помещений.
29.	Содержание складского технологического процесса и принципы его организации. Организация и технология хранения и отпуска товаров со склада.
30.	Продажа товаров со склада оптового звена. Характеристика методов, их организация.
31.	Организация управления торгово-технологическим процессом и организация труда на предприятиях оптовой торговли.
32.	Значение и содержание закупочной работы. Методы исследования рынков закупок и сбыта.
33.	Заявки и заказы на товар, их роль в торговле. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров. Этапы закупок товаров.
34.	Организация и технология закупок товаров у поставщиков. Классификация поставщиков
35.	Понятие хозяйственных связей по поставкам товаров Коммерческая работа по организации хозяйственных связей. Виды хозяйственных связей, их сущность и преимущества.
36.	Организация коммерческой деятельности по розничной продаже и торгового обслуживания покупателей. Сущность продажи товаров по «Методу ABC».
37.	Организация торгово-технологическим процессом в магазине, структура, техника и

	технология управления.
38.	Организация оказания торговых услуг покупателям. Оценка влияния современных технологий на качество оказания розничных услуг.
39.	Устройство и планировка помещений магазина. Выделение торговых зон в магазине с учетом психологии потребителя и особенности торгового процесса в этих зонах
40.	Организация коммерческой деятельности оптовых рынков
41.	Сущность розничной торговли: функции, классификация и особенности размещения розничных предприятий.
42.	Стимулирование продаж: классификация методов, ценовые и неценовые средства. Развитие розничных сетей в России.
43.	Выкладка товаров с учетом психологических особенностей посетителя торгового зала и адекватного распределения познавательного ресурса посетителя по мере движения по торговому залу и изучения товаров
44.	Типизация и специализация магазинов розничной торговой сети
45.	Инфраструктура оптовой торговли. Оптовые посредники: их виды, необходимость использования оптовых посредников в процессе товародвижения.
46.	Организация и управление коммерческой деятельностью на выставках и ярмарках. Значение и виды оптовых ярмарок.
47.	Особенности организации и управления коммерческой деятельностью на товарных биржах. Структура биржи. Органы управления и исполнительные органы биржи, их функции.
48.	Сущность, порядок проведения и организационные формы аукционов.
49.	Торговые дома: их задачи, функции и направления деятельности. Роль и функции оптовых рынков
50.	Формы кооперации в торговле (франчайзинг, лизинг)
51.	Мелкорозничная торговая сеть: понятие, виды, роль в товарном обращении
52.	Ассортимент товаров. Факторы формирования ассортимента
53.	Оптовый продовольственный рынок, его особенности
54.	Структура складских помещений.
55.	Структура розничной торговой сети. Система управления коммерческой деятельностью розничных предприятий.
56.	Современный подход к обслуживанию покупателей: выкладка, услуги, персонал, маркировка товаров и рекламно-информационное обеспечение.
57.	Использование приемов мерчендайзинга при организации торгового процесса.
58.	Система показателей для анализа эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия.
59.	Формы товароснабжения. Транзитная и складская формы товароснабжения
60.	Закупка товаров и порядок заключения договоров на оптовых ярмарках
61.	Основные методы продажи товаров со склада
62.	Понятие коммерческой тайны и способы ее защиты
63.	Типизация и специализация магазинов розничной торговой сети
64.	Основные правила приемки товаров по количеству в торговых предприятиях
65.	Виды транспорта, используемого при перевозке товаров
66.	Сущность торгово-технологического процесса в магазине
67.	Характеристика методов продажи товаров в розничном предприятии
68.	Основные правила приемки товаров по качеству в торговом предприятии
69.	Схемы завоза товаров в розничную торговую сеть
70.	Организация коммерческой работы ярмарок и выставок
71.	Устройство магазина: основные зоны, требования к устройству.
72.	Устройство торгового зала магазина. Основные требования к устройству.

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

Таблица 5

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	УК-10.1	УК-10.1	Знает верно и в полном объеме: - основы поведения экономических агентов, в том числе теоретические принципы рационального выбора (максимизация полезности) и наблюдаемые отклонения от рационального поведения (ограниченная рациональность, поведенческие эффекты и систематические ошибки, с ними связанные); - принципы рыночного обмена и закономерности функционирования рыночной экономики, ее основные понятия, основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменение ценности во времени, сравнение предельных величин); - факторы технического и технологического прогресса и повышения производительности, показатели социально-экономического развития и роста, ресурсные и экологические ограничения развития, понимает необходимость долгосрочного устойчивого развития; - особенности циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; - сущность и функции предпринимательской деятельности и риски, связанные с ней, особенности частного и государственного предпринимательства, инновационной деятельности; - понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении, цели, задачи и инструменты регулятивной (в том числе бюджетной, денежно-кредитной, социальной и пенсионной) политики государства, понимает влияние государственного регулирования на экономическую динамику и благосостояние индивидов. Умеет верно и в полном объеме: - критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны, последствий экономической политики для принятия обоснованных экономических решений;	Продвинутый
			УК-10.2.	Знает верно и в полном объеме:	

				- основные виды личных доходов, основные виды расходов, в том числе обязательных, принципы личного финансового планирования и ведения личного бюджета; Умеет верно и в полном объеме: - оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты; - вести личный бюджет, в том числе используя программные продукты; - решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на разных этапах жизненного цикла	
			УК-10.3.	Знает верно и в полном объеме: - основные финансовые организации и принципы взаимодействия с ними, основные финансовые инструменты и возможности их использования для достижения финансового благополучия; - виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их снижения Умеет верно и в полном объеме: - пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать условия финансовых продуктов и положения договоров с финансовыми организациями; - оценивать индивидуальные риски, в том числе риск стать жертвой мошенничества, и управлять ими	
		ОПК-1	ОПК-1.2	Знает верно и в полном объеме: - основные положения, базовые категории и законы экономических наук Умеет верно и в полном объеме: - использовать экономические знания при решении профессиональных задач	
70 – 84 баллов	«хорошо»	УК-10.1	УК-10.1	Знает с незначительными замечаниями: - основы поведения экономических агентов, в том числе теоретические принципы рационального выбора (максимизация полезности) и наблюдаемые отклонения от рационального поведения (ограниченная рациональность, поведенческие эффекты и систематические ошибки, с ними связанные); - принципы рыночного обмена и закономерности функционирования рыночной экономики, ее основные понятия, основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменение ценности во времени, сравнение предельных величин); - факторы технического и технологического прогресса и повышения производительности, показатели социально-экономического развития и роста, ресурсные и экологические ограничения развития, понимает необходимость долгосрочного устойчивого развития;	Повышенный

				- особенности циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; - сущность и функции предпринимательской деятельности и риски, связанные с ней, особенности частного и государственного предпринимательства, инновационной деятельности; - понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении, цели, задачи и инструменты регулятивной (в том числе бюджетной, денежно-кредитной, социальной и пенсионной) политики государства, понимает влияние государственного регулирования на экономическую динамику и благосостояние индивидов. Умеет с незначительными замечаниями: - критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны, последствий экономической политики для принятия обоснованных экономических решений;	
			УК-10.2.	Знает с незначительными замечаниями: - основные виды личных доходов, основные виды расходов, в том числе обязательных, принципы личного финансового планирования и ведения личного бюджета; Умеет с незначительными замечаниями: - оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты; - вести личный бюджет, в том числе используя программные продукты; - решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на разных этапах жизненного цикла	
			УК-10.3	Знает с незначительными замечаниями: - основные финансовые организации и принципы взаимодействия с ними, основные финансовые инструменты и возможности их использования для достижения финансового благополучия; - виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их снижения Умеет с незначительными замечаниями: - пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать условия финансовых продуктов и положения договоров с финансовыми организациями; - оценивать индивидуальные риски, в том числе риск стать жертвой мошенничества, и управлять ими	
	ОПК-1	ОПК-1.2		Знает с незначительными замечаниями: - основные положения, базовые категории и законы экономических наук Умеет с незначительными замечаниями:	

				- использовать экономические знания при решении профессиональных задач	
50 – 69 баллов	«удов- летво- ритель- но»	УК-10.1	УК-10.1	Знает на базовом уровне, с ошибками: - основы поведения экономических агентов, в том числе теоретические принципы рационального выбора (максимизация полезности) и наблюдаемые отклонения от рационального поведения (ограниченная рациональность, поведенческие эффекты и систематические ошибки, с ними связанные); - принципы рыночного обмена и закономерности функционирования рыночной экономики, ее основные понятия, основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменение ценности во времени, сравнение предельных величин); - факторы технического и технологического прогресса и повышения производительности, показатели социально-экономического развития и роста, ресурсные и экологические ограничения развития, понимает необходимость долгосрочного устойчивого развития; - особенности циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; - сущность и функции предпринимательской деятельности и риски, связанные с ней, особенности частного и государственного предпринимательства, инновационной деятельности; - понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении, цели, задачи и инструменты регулятивной (в том числе бюджетной, денежно-кредитной, социальной и пенсионной) политики государства, понимает влияние государственного регулирования на экономическую динамику и благосостояние индивидов. Умеет на базовом уровне, с ошибками: - критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны, последствий экономической политики для принятия обоснованных экономических решений;	Базовый
			УК-10.2.	Знает на базовом уровне, с ошибками: - основные виды личных доходов, основные виды расходов, в том числе обязательных, принципы личного финансового планирования и ведения личного бюджета; Умеет на базовом уровне, с ошибками: - оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты; - вести личный бюджет, в том числе используя программные продукты; - решать типичные задачи в сфере личного	

			УК-10.3	экономического и финансового планирования, возникающие на разных этапах жизненного цикла	
				Знает на базовом уровне, с ошибками: - основные финансовые организации и принципы взаимодействия с ними, основные финансовые инструменты и возможности их использования для достижения финансового благополучия; - виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их снижения Умеет на базовом уровне, с ошибками: - пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать условия финансовых продуктов и положения договоров с финансовыми организациями; - оценивать индивидуальные риски, в том числе риск стать жертвой мошенничества, и управлять ими	
				Знает на базовом уровне, с ошибками: - основные положения, базовые категории и законы экономических наук Умеет на базовом уровне, с ошибками: - использовать экономические знания при решении профессиональных задач	
менее 50 баллов	«неудов- летвори- тельно»	ОПК-1	ОПК-1.2	Знает на базовом уровне, с ошибками: - основные положения, базовые категории и законы экономических наук Умеет на базовом уровне, с ошибками: - использовать экономические знания при решении профессиональных задач	Компетен- ции не сформиро- ваны
		УК-10.1	УК-10.1	Не знает на базовом уровне: - основы поведения экономических агентов, в том числе теоретические принципы рационального выбора (максимизация полезности) и наблюдаемые отклонения от рационального поведения (ограниченная рациональность, поведенческие эффекты и систематические ошибки, с ними связанные); - принципы рыночного обмена и закономерности функционирования рыночной экономики, ее основные понятия, основные принципы экономического анализа для принятия решений (учет альтернативных издержек, изменение ценности во времени, сравнение предельных величин); - факторы технического и технологического прогресса и повышения производительности, показатели социально-экономического развития и роста, ресурсные и экологические ограничения развития, понимает необходимость долгосрочного устойчивого развития; - особенности циклического развития рыночной экономики, риски инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; - сущность и функции предпринимательской деятельности и риски, связанные с ней, особенности частного и государственного предпринимательства, инновационной деятельности; - понятие общественных благ и роль государства	

				в их обеспечении, цели, задачи и инструменты регулятивной (в том числе бюджетной, денежно-кредитной, социальной и пенсионной) политики государства, понимает влияние государственного регулирования на экономическую динамику и благосостояние индивидов. Не умеет на базовом уровне: - критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны, последствий экономической политики для принятия обоснованных экономических решений;	
			УК-10.2.	Не знает на базовом уровне: - основные виды личных доходов, основные виды расходов, в том числе обязательных, принципы личного финансового планирования и ведения личного бюджета; Не умеет на базовом уровне: - оценивать свои права на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты; - вести личный бюджет, в том числе используя программные продукты; - решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на разных этапах жизненного цикла	
			УК-10.3	Не знает на базовом уровне: - основные финансовые организации и принципы взаимодействия с ними, основные финансовые инструменты и возможности их использования для достижения финансового благополучия; - виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их снижения Не умеет на базовом уровне: - пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг, анализировать условия финансовых продуктов и положения договоров с финансовыми организациями; - оценивать индивидуальные риски, в том числе риск стать жертвой мошенничества, и управлять ими	
		ОПК-1	ОПК-1.2	Не знает на базовом уровне: - основные положения, базовые категории и законы экономических наук Не умеет на базовом уровне: - использовать экономические знания при решении профессиональных задач	