

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 22.07.2026 14:27:58

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 6 к основной профессиональной образовательной программе

по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) программы

«Товарный менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)»

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В ТОРГОВЛЕ»**

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

**Направленность (профиль) программы «Товарный менеджмент и маркетинг (во
внутренней и внешней торговле)»**

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Год начала подготовки 2026

Краснодар – 2025 г.

Составитель:

к.э.н., доцент,

А.Ю. Штезель

Оценочные материалы одобрены на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, протокол № 8 от 20 марта 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «Организация бизнеса в торговле»

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

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Наименование контролируемых разделов и тем
1	2	3	4
ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя) ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	ПК-2.1. З-1. Знает этику делового общения и правила ведения переговоров ПК-2.3. У-1. Умеет организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	Тема 3. Порядок организации бизнеса в сфере торговли
			Тема 4. Организация бизнес-процессов в коммерческой деятельности
			Тема 5. Инструментарий бизнес-планирования предприятий торговой сферы
ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	ПК-3.2. У-2. Умеет определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	Тема 2. Бизнес-модели и бизнес-анализ предпринимательских структур
			Тема 1. Понятие и сущность бизнеса в торговле
		ПК-3.3. У-1. Умеет анализировать текущую рыночную конъюнктуру	Тема 5. Инструментарий бизнес-планирования предприятий торговой сферы

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях

Вопросы для проведения опроса обучающихся

Тема 1. Понятие и сущность бизнеса в торговле

Индикатор достижения: ПК-3.3. У-1.

1. В чем проявляются характерные черты бизнеса?
2. Отличия и сходство понятий «предпринимательство» и «бизнес».
3. Что является критерием для отнесения конкретного лица к субъекту предпринимательской деятельности?
4. Какие принципы положены в основу предпринимательской деятельности?
5. Функции предпринимательства в торговле.
6. В чем сходство и различие разнообразных видов предпринимательской деятельности?
7. Какие права имеет предприниматель, какую ответственность и за что он несет?
8. Назовите ключевые объекты бизнеса в торговле.
9. Перечислите субъектов бизнеса, охарактеризуйте процесс их взаимодействия.
10. Какие методы изучения субъектов бизнеса применяются в коммерческой деятельности?
11. Какие существуют виды предпринимательской деятельности?
12. В чем состоит сущность производственного предпринимательства?
13. Почему производственное предпринимательство относят к ведущему виду предпринимательства?
14. Каково содержание коммерческого предпринимательства и что служит полем его деятельности?

Тема 2. Бизнес-модели и бизнес-анализ предпринимательских структур

Индикатор достижения: ПК-2.1. 3-1. ПК-2.3. У-1.

1. Каковы основные подсистемы внешней бизнес-среды?
2. Что такое внутренняя бизнес-среда?
3. Что относится к элементам внешней среды?
4. Внутренняя среда как основа развития предпринимательства
5. Методы ситуационного анализа внешней среды организации
7. Методы, используемые в торговом предприятии для выявления устойчивости тенденций (тренда) развития спроса в ретроспективе.
8. Методы прогнозирования спроса.
9. Принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности
10. Деловая среда предпринимательства.

Тема 3. Порядок организации бизнеса в сфере торговли

Индикатор достижения: ПК 2.1., ПК-2.3

1. Кто может стать и как индивидуальным предпринимателем?
2. Какие организационно-правовые формы предприятий закреплены законодательно?
3. Обоснуйте достоинства и недостатки основных организационно-правовых форм предприятий?
4. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы предприятия.
5. Какие документы необходимо представить для регистрации предприятия?

6. В какой последовательности осуществляется процесс регистрации предприятия?
7. Последствия ведения предпринимательской деятельности без регистрации.
8. Какие атрибуты имеет предприятие и зачем они необходимы?
9. Какие общие условия создания собственного дела вы знаете?
10. Назовите основные принципы организации собственного дела.
11. Какие этапы создания собственного дела вы знаете?
12. Что такое предпринимательская идея?
13. Как нужно формулировать цели при создании собственного дела?
14. Какие критерии необходимы для выбора организационно-правовой формы предприятия?
15. Перечислите и охарактеризуйте поэтапно порядок оформления предприятия.

Тема 4. Организация бизнес-процессов в коммерческой деятельности

Индикатор достижения: ПК-2.1. 3-1. ПК-2.3. У-1.

1. В чем заключается сущность франчайзных отношений?
2. Что должен учитывать предприниматель при заключении франчайзного договора?
3. Что приобретает предприниматель при заключении франчайзного договора?
4. Что такое лизинг и какова его роль в развитии малого бизнеса?
5. Назовите виды лизинговых операций. В чем их сущность?
6. В чем заключаются основные достоинства лизинговых операций?
7. В какой последовательности осуществляется заключение лизинговых сделок, и что при этом учитывается?
8. От каких факторов будет зависеть размер регулярных лизинговых платежей?
9. В каких отраслях народного хозяйства и в каких сферах предпринимательской деятельности целесообразно развитие лизинговых отношений? Почему?

Тема 5. Инструментарий бизнес-планирования предприятий торговой сферы

Индикатор достижения: ПК-3.3. У-1. ПК-3.2. У-2.

1. В каких случаях разрабатывается бизнес-план?
2. Нужно ли планирование в рыночных условиях и почему?
3. Какие задачи решает предприниматель с помощью разработки бизнес-плана?
4. Для кого разрабатывается бизнес-план?
5. На какой информации основывается бизнес-план?
6. Какие вопросы должны быть проработаны в плане маркетинга?
7. Что включает в себя конкурентный анализ?
8. Какие факторы оказывают влияние на конкретную структуру бизнес-плана и степень его детализации?
9. От чего зависит степень риска в конкретных сферах бизнеса?
10. Что необходимо знать для определения точки самоокупаемости?

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. Понятие и сущность бизнеса в торговле

1. К основным признакам бизнеса относится все за исключением:
 - а) ориентация на получение прибыли;
 - б) готовность идти на любой риск ради получения результата;
 - в) материальная ответственность за результаты своих действий.
 - г) стремление к новациям и нововведениям.

2. К основным формам экономической деятельности можно отнести:
 - а) предпринимателя;
 - б) домашнюю хозяйку;
 - в) учителя в школе;
 - г) верно все перечисленное.

3. К сильным сторонам индивидуального предпринимателя можно отнести все за исключением:
 - а) быстрота принятия решений в нестандартных ситуациях;
 - б) специализация управленческой деятельности.
 - в) принятие на себя риска ведения дел;
 - г) гибкость и быстрое приспособление к изменяющимся условиям;

4. Экономическая свобода предпринимателя проявляется:
 - а) в появлении и развитии функций бизнеса;
 - б) в полной независимости от государства;
 - в) в полной свободе в хозяйственной деятельности;
 - г) верно все выше перечисленное.

5. К основным элементам бизнес операции относят:
 - а) формулировку бизнес-идеи и планирование будущего бизнеса;
 - б) поиск и организацию необходимых ресурсов;
 - в) организацию производства и реализации продукции;
 - г) верно все выше перечисленное.

6. К элементам внешней предпринимательской среды можно отнести:
 - а) характер предпринимателя;
 - б) особенности конкуренции на рынке;
 - в) цели фирмы;
 - г) корпоративную культуру, сложившуюся на фирме.

7. К недостаткам индивидуальной частной фирмы можно отнести:
 - а) риск потери контроля над фирмой
 - б) низкая ликвидность инвестиций, вложенных в фирму
 - в) риск оппортунистического поведения партнеров по бизнесу
 - г) верно все

Тема 3. Порядок организации бизнеса в сфере торговли

1. Лицо, занимающееся незаконной предпринимательской деятельностью, несет ответственность:

- а) административную;
- б) моральную;
- в) экономическую;
- г) уголовную.

2. Какую ответственность несут ИП

- а) Не отвечает по обязательствам своим имуществом и несет риск в размере вкладов
- б) Несет субсидиарную ответственность своим имуществом
- в) Отвечает всем принадлежащим ему имуществом

3. Какое наказание за предпринимательскую деятельность без государственной регистрации?

- а) административный штраф
- б) административные работы
- в) уголовная ответственность.

4. Раскройте классификацию коммерческих юридических лиц по организационно-правовым формам.

- а) общества, товарищества, производственный кооператив;
- б) товарищества, общества, потребительский кооператив;
- в) все ответы верны.

5. Собственник денежного капитала, фирмы - это:

- а) лицо, которое делает вклад в капитал фирмы
- б) только владелец контрольного пакета
- в) только владелец 51 % акций фирмы
- г) корпорация как физическое лицо

6. Что из приведённого ниже не относится к активной части основных фондов:

- а) торгово-технологическое оборудование
- б) подъёмно-транспортные устройства
- в) средства малой механизации
- г) автомобильный транспорт
- д) здания

7. Объединение капиталов характерно:

- а) товариществу на вере
- б) корпорации
- в) акционерному обществу
- г) всем перечисленным выше организационно - правовым формам фирмы.

8. Корпорации как организационно правовой форме характерно всё, за исключением:

- а) делимость собственности акционеров
- б) неделимость собственности имущества фирмы
- в) это, обычно, форма организации крупного бизнеса
- г) единство собственности и управления.

Тема 5. Инструментарий бизнес-планирования предприятий торговой сферы

1. В резюме проекта должно быть прописано следующее:

- а) цели бизнеса;
- б) реклама и продвижение продукта на рынке;

- в) конкурентные преимущества;
- г) производственный цикл;
- д) требуемая сумма инвестиций

2. В финансовом плане необходимо отразить следующее:

- а) отчет о прибылях и убытках;
- б) финансовые показатели деятельности предприятия;
- в) затраты на изготовление продукции;
- г) описание отрасли;
- д) производственный цикл

3. Укажите, какие характеристики относятся к производственному плану предприятия.

- а) ценообразование;
- б) географическое положение;
- в) необходимое оборудование;
- г) производственные мощности;
- д) план продаж.

4. Перечислите характеристики, относящиеся к плану маркетинга.

- а) общая стратегия маркетинга;
- б) реклама и продвижение продукта;
- в) целевая аудитория;
- г) система налогообложения;
- д) организационно – правовая форма.

5. Перечислите характеристики, относящиеся к организационному плану

- а) SWOT -анализ сильных и слабых сторон;
- б) кадровая политика фирмы;
- в) система ценообразования;
- г) управленческая и организационная структуры;
- д) обязанности работников.

6. К основным функциональным службам структуры управления относят:

- а) формальную организацию;
- б) совет директоров;
- в) матричную структуру;
- г) отдел маркетинга.

7. Линейно- функциональная структура управления оказывается наиболее эффективной в условиях:

- а) стабильной сложившейся среды;
- б) ориентации компании на новые рынки и технологии;
- в) преобладании на рынке неценовой конкуренции;
- г) когда необходима оперативность принятия решений.

8. К современным организационным структурам управления относится:

- а) матричная структура;
- б) проектная структура;
- в) командная структура;
- г) верно все выше перечисленное.

9. К элементам корпоративной культуры относится:

- а) лозунги компании, помещаемые в ежегодных отчетах и пресс-релизах;
- б) неформальные каналы распространения слухов;
- в) внутренняя деловая и психологическая атмосфера, сложившаяся в компании;
- г) верно все выше перечисленное.

10. Бизнес-единица - это подразделение, которое:

- а) определяет общую стратегию организации;
- б) реализует ассортимент родственных продуктов четко определенной группе клиентов;
- в) занимается благотворительной деятельностью;
- г) обычно не приносит прибыли.

Критерии оценки:

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

0,3 балла выставляется студенту при условии его правильного ответа от 70 до 89% тестовых заданий,

0,2 балла выставляется студенту при условии его правильного ответа от 50 до 69% тестовых заданий,

0,1 балл выставляется студенту при условии его правильного ответа менее чем на 50% тестовых заданий.

Задания для творческого рейтинга

Темы рефератов

Тема 1. Понятие и сущность бизнеса в торговле

- 1. Виды предпринимательства, их классификация.
- 2. Сущность производственного предпринимательства.
- 3. Коммерческое предпринимательство, его разновидности.
- 4. Финансовое предпринимательство.
- 5. Консультационное предпринимательство.

Тема 3. Порядок организации бизнеса в сфере торговли

- 1. Общие условия создания собственного дела.
- 2. Идентификация ключевых клиентов по методу М. МакДоналда и П. Чевертона
- 3. Формы организации бизнеса.
- 4. Франчайзинг – как форма организации бизнеса.
- 5. Выбор организационно-правовой формы для ведения бизнеса: коммерческие и некоммерческие организации.
- 6. Порядок создания предприятия и его регистрация.

Критерии оценки:

5 баллов – 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, оригинальность реферата -50%.

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, оригинальность реферата -50%.

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

Тематика аналитических записок (раздел 1,2):

1. Анализ предпринимательской активности малого и среднего бизнеса в России
2. Анализ рынков сбыта, конкурентов и положения компании на рынке
3. Аналитическая записка перспективам развития бизнеса в России
4. Аналитическая записка по проблемам развития социальной ответственности бизнеса
5. Анализ интеграционных взаимодействий представителей бизнеса
6. Аналитическая записка «Современные формы организации бизнеса в сфере торговли»

Критерии оценки:

5 баллов – выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к написанию аналитической записки: 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, оригинальность аналитической записки - 50%.

4 балла – выставляется обучающемуся, если основные требования к написанию аналитической записки: выполнены, но присутствуют недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объем, имеются упущения в оформлении, оригинальность -50%.

3 балла – выставляется обучающемуся, если имеются существенные отклонения от требований к содержанию аналитической записки. В частности, тема раскрыта частично, допущены ошибки и отсутствуют выводы. Оригинальность аналитической записки -40%.

Анализ кейс-ситуации по теме 2. «Бизнес-модели и бизнес-анализ предпринимательских структур»

Индикатор достижения: ПК-3.3.

Цель – кейса - приобретение опыта профессиональной аргументации собственного мнения в результате применения стратегий сбыта для решения конкретных бизнес-задач предприятия. Оценка поставщика. Произведите оценку нескольких поставщиков материальных ресурсов действующей компании. Для этой цели используйте стандарт рейтинговой оценки поставщика, в котором выделяются разделы (см. методические указания по выполнению практических работ с использованием инновационных методов обучения). Для каждого раздела устанавливается свой вес (по 10-балльной шкале) в зависимости от его важности для компании-закупщика. Индивидуальные факторы в рассматриваемых разделах оцениваются по 4-балльной шкале, общая оценка по разделу получается путем сложения пофакторных оценок. Рейтинговая оценка по разделу получается путем умножения суммы пофакторных оценок раздела на его вес. Общий рейтинг компании получается путем сложения рейтинговых оценок по разделам.

Подготовьте отчет о рейтинговой оценке поставщика. Разработайте мероприятия по

совершенствованию деятельности субъекта бизнеса.

Компания _____

Общий рейтинг _____

<i>Компания</i>	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
	4	3	2	1
Размер и/или мощность				
Финансовое положение				
Прибыль от деятельности				
Производственный диапазон				
Исследовательская база				
Техническая оснащенность				
Уровень менеджмента				
Географическое размещение				
Состояние рабочей силы				
Трудовые отношения				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				
<i>Продукт</i>	4	3	2	1
Качество				
Цена				
Упаковка				
Стандартизация				
Гарантия				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				
<i>Услуги</i>	4	3	2	1
Доставка в срок				
Состояние продукта по прибытии				
Наличие инструкций и следование им				
Количество отказов (возвратов)				
Обслуживание жалоб				
Технический надзор				
Помощь при авариях				
Отпускная цена устанавливается сразу				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				
<i>Торговый персонал</i>	4	3	2	1
Знание собственной компании				
Знание собственного продукта				
Знание отрасли закупщика				
Знание компании закупщика				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				

Рейтинговая оценка по разделу				
<i>Требования к продажам</i>	4	3	2	1
Объем продаж по плану				
Объем продаж фактический				
Общий объем продаж				
Скорость оформления				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				
<i>Торговый сервис</i>	4	3	2	1
Получение информации и обмен ею				
Быстрота окончательных расчетов				
Порядок выполнения заказов				
Сопровождение поставки				
Прием претензий				
Вес раздела				
Общая оценка по разделу				
Рейтинговая оценка по разделу				

Тема 2. Бизнес-модели и бизнес-анализ предпринимательских структур

Индикаторы достижения: ПК-3.2

Кейс «Silver Cross»

Silver Cross (<http://www.silvercross.co.uk/>) занимается производством детских колясок с 1877 г. В арсенале компании уникальные исторические коляски и современные транспортные средства для новорожденных, младенцев и детей дошкольного возраста. После покупки компании в 2002 г. фирмой David Halsall International была разработана стратегия диверсификации и начато производство других продуктов для детей дошкольного возраста – высоких стульчиков, кресел для кормления и т.п.

История

Компания Silver Cross была основана инженером-изобретателем Уильямом Уилсоном в 1877 г. и начала с производства почтовых тележек и детских колясок в мастерской на улице Silver Cross в г. Лидс, Великобритания. Коляски Уилсона впервые использовали складной верх и уникальную подвеску. Вдохновленный первыми успехами, Уилсон построил новую фабрику в Лидсе, которая, к сожалению, вскоре после открытия сгорела, но была вновь отстроена и получила название Silver Cross Works.

После своей смерти в 1913 г. Уилсон оставил 30 патентов на различные коляски, и в 20-е годы компания получила известность своими инновациями и техническими усовершенствованиями колясок. Вплоть до 80-х компания производила только коляски, постепенно внедряя все новые механизмы, современные материалы и совершенствуя дизайн. В 80-е и 90-е компания начала производство легких складных прогулочных колясок, и ее коляска «Wayfare» на пике популярности достигала продаж 3000 штук в неделю.

Однако к 2002 г. несмотря на столетнюю историю и прошлые заслуги коляски Silver Cross не выдерживали конкуренции с новыми легкими, многофункциональными транспортными системами и считались старомодными и непрактичными. Это и послужило причиной продажи компании на грани банкротства крупнейшему в Британии производителю игрушек - David Halsall International всего за 500.000 фунтов. David Halsall International,

частная компания, производила по лицензии Silver Cross игрушечные копии знаменитых колясок, выплачивая ежегодно гонорар в 200.000 фунтов. Сразу после покупки Дэвид Хэлсэл в интервью Financial Times сказал, что, видя, в каком состоянии компания, он решил, что купив бренд вместо уплаты гонорара за лицензию, он сможет окупить затраты за пару лет.

Став частной компанией, Silver Cross продолжает выпускать исторические коляски, но разработала целую серию современных транспортных систем и аксессуаров, среди которых:

- Прогулочные коляски
- Автокресла
- Кресла для кормления
- Стульчики
- Кресла-переноски
- Качалки
- Подставки для купания младенцев
- Переносные колыбельки

Цель дизайнеров и инженеров компании – облегчить жизнь современных родителей с помощью современных легко трансформирующихся многофункциональных транспортных систем. Компания главной своей целью видит поддержание высочайшего качества своих продуктов. Этот имидж бренда поддерживает и отдел обслуживания потребителей, готовый принять заказ из любого уголка страны и даже из других стран. Высокое качество и гарантированная безопасность – вот ценности, принесшие бренду Silver Cross популярность среди знаменитостей и сильных мира сего. Среди клиентов компании Мадонна, Дженнифер Лопес, Гвинет Пэлтроу, известные футболисты и члены королевской семьи.

Рынок детского транспорта

Мобильность современных родителей вызвала рост рынка колясок и других видов детского транспорта. Родители не скупятся на приобретение самых современных и качественных продуктов для своих детей. Большую роль здесь играет мода, покупатели становятся все более искушенными, поэтому им нужна полная информация о приобретаемом продукте.

Рынок фрагментирован и включает большое число мелких производителей, продающих свои товары не только через розничные сети, но все больше и больше через Интернет. Основные производители: Mamas&Papas, Silver Cross, Babies “R” Us, Graco, Maclaren, Mothercare, Dorel, Chicco, Bebecar, Cosatto, BabyDan.

После покупки Silver Cross получила значительные инвестиции в разработку новых продуктов, совершенствование дизайна, повышение качества и безопасности. Ее коллекция исторических колясок пополнилась брендом «Бентли для младенцев», которые вручную производятся в Йоркшире.

Традиции живы и в информационном веке

Решение производителя детских колясок Silver Cross использовать социальные сети и диверсифицировать свой продуктовый портфель свидетельствует, что историческим брендам, чтобы выжить, не нужно отказываться от традиционных ценностей.

Исторические бренды всегда привлекают внимание общественности, но это внимание не всегда приводит к росту доходов. Это подтверждает история Silver Cross, оказавшейся на грани банкротства в 2002 г. И вот всего через 8 лет мы видим окрепший бренд, первый выбор для королевских наследников с 20-х годов, который вышел за пределы своего традиционного продукта – детской коляски.

Владелец компании хочет, чтобы бренд ассоциировали не только с роскошными колясками, но с разнообразием товаров, высоким качеством и гарантией безопасности.

Такая стратегия позволит компании оставаться конкурентоспособной, даже если один из продуктов выйдет из моды. Дэвид Хэлсэл покупая у Silver Cross лицензию на производство игрушечных колясок, видел потенциал компании и купив ее в 2002 г., в 2006 продал свой игрушечный бизнес и сосредоточился только на Silver Cross. Думаю, что он не прогадал. По данным компании Mintel рынок товаров для новорожденных и младенцев растет на 20% в год и достиг 639 миллионов фунтов, к 2013 ожидают, что он вырастет до 753 миллионов.

7 крупнейших производителей премиальных детских колясок по доле рынка (данные компании Mintel)

1. Mamas&Papas
2. Graco
3. Maclaren
4. Mothercare
5. Silver Cross
6. Bugaboo
7. Dorel

Silver Cross в Великобритании и за рубежом

Если в Британии молодые современные мамы выбирают Silver Cross, то за рубежом бренд знают в основном за его историю и знаменитых клиентов. Эту стратегию используют и другие английские бренды с историей. Burberry и Barbour в Англии используют более современный молодежный образ, а за рубежом используют свои традиционные ценности, их товары покупают те, кто хочет покупать то, что использует и носит королевская семья. Дэвид Хэлсэл говорит, что продвигая бренд за рубежом, компания использует ассоциации с ее британским происхождением и образы членов королевской семьи и других знаменитостей.

Вопросы к кейсу:

1. Перечислите факторы, влияющие положительно и отрицательно на бизнес компании Silver Cross.
2. Как компания создает свое конкурентное преимущество?
3. Проведите SWOT-анализ компании
4. Опишите каждый из элементов бизнес-модели компании Silver Cross. Что можно улучшить в существующей модели?
5. В чем, на ваш взгляд, состоит потребительская ценность продукта компании Silver Cross?
6. Кто является ключевой аудиторией компании? Как Silver Cross строит взаимоотношения с ключевой аудиторией?
7. Что является ключевыми ресурсами компании?
8. Кто является ключевыми партнерами компании? Какие риски существуют в работе с ними?
9. Какова, на ваш взгляд, структура издержек компании? Назовите основные издержки?
10. С какими рисками может столкнуться компания в ближайшем будущем? Как можно избежать или ослабить влияние этих рисков?

Анализ кейс-ситуации по теме № 3 «Порядок организации бизнеса в сфере торговли»

Индивидуальный предприниматель (зарегистрирован в г. Краснодаре), использующий наемный труд (трое наемных работников), оказывает автотранспортные услуги по перевозке грузов автомобильным транспортом. Количество автотранспортных средств предпринимателя, используемых для перевозки грузов, составляет 3 единицы. Рассчитайте сумму патента за год к уплате в бюджет.

Изучите бизнес-среду предприятия. Постройте матрицу SWOT-и PEST, предложите стратегические решения по развитию предпринимательской деятельности на рынке транспортных услуг.

Анализ кейс-ситуации по теме 5. «Инструментарий бизнес-планирования предприятий торговой сферы»

Общая емкость рынка парковых услуг и развлечений в России оценивается в 3,5 миллиарда рублей в год. Например, по объему сборов и числу аттракционов в Москве лидирует Центральный округ. Известно, что 17% потребителей предпочитают всем остальным развлечениям именно парки аттракционов, а 41% посещает их чаще раза в месяц. Поскольку рынок еще только формируется, создание стационарного парка аттракционов будет коммерчески выгодным уже при населении города в 200 тысяч человек, на стопроцентную выгоду можно рассчитывать, открывая его в городе с полумиллионным населением. Задание: Вы планируете открыть парк аттракционов в большом городе (с населением более 500 тыс. чел.).

1. Вам необходимо проанализировать потребительский спрос, создать концепцию объекта развлечений, оценить риски и факторы их снижения, а также разработать мероприятия по продвижению данной услуги на рынке.

2. Составьте резюме бизнес-плана для целей проведения переговоров для привлечения внешнего финансирования проекта. Бизнес-идея определяется студентом самостоятельно. Содержание резюме и состав ключевых индикаторов будут зависеть от выбранного студентом источника внешнего финансирования.

3. Составьте план рисков реализации бизнес-плана по виду экономической деятельности. Перечислите ключевые показатели эффективности данного бизнес-плана.

4. Отчет о выполненном задании представляется в виде презентации.

Расчетно-аналитические задания

Тема 5. Инструментарий бизнес-планирования предприятий торговой сферы

1. Предприятие производит продукцию одного наименования. Цена продукта для потребителей составляет 230 руб. за единицу. Переменные расходы на единицу продукции составляют 180 руб. Общая величина постоянных расходов – 300 000 руб., из которых половину составляет арендная плата.

При увеличении стоимости аренды на 10%, на сколько единиц продукции необходимо увеличить продажи, чтобы достигнуть точки безубыточности?

2. Предприятие производит продукцию одного наименования. Рыночная цена на аналогичную продукцию составляет 210 руб. Производственные мощности предприятия ограничены и максимальный выпуск продукции составляет 200 единиц. Переменные расходы на единицу продукции составляют 120 руб. Общая величина постоянных расходов – 25 000 руб.

Сможет ли предприятие установить на продукцию конкурентоспособную цену?

3. На разработку нового продукта компания потратила 500.000 руб. Ежемесячные расходы на рекламу и продвижение продукта составляют 80.000 и 25.000 руб. соответственно. Жизненный цикл продукта составляет 5 лет. В течение первого года с момента начала продаж компании удалось привлечь 270 новых клиентов. Рассчитайте стоимость привлечения одного клиента за первый год продаж продукта.

4. Рассчитайте Чистый Дисконтированный Доход по двухлетнему бизнес - проекту, если известно что

Начальные инвестиции - 35.000

Чистый денежный поток за первый год - 30.000

Чистый денежный поток за второй год - 25.000

Ставка дисконтирования 10%

5. Первоначальная стоимость основных производственных фондов предприятия к началу планового года 6600 т.р. Стоимость вводимых в плановом году основных производственных фондов 1000 т.р. Стоимость выбывающих в течение года основных производственных фондов 500 т.р. Продолжительность эксплуатации основных производственных фондов: вводимых – 7 месяцев, выбывающих – 10 месяцев. Срок полезного использования основных производственных фондов 10 лет. Рассчитайте среднегодовую стоимость основных производственных фондов.

6. Первоначальная стоимость основных производственных фондов предприятия к началу планового года 6600 т.р. Стоимость вводимых в плановом году основных производственных фондов 1000 т.р. Стоимость выбывающих в течение года основных производственных фондов 500 т.р. Продолжительность эксплуатации основных производственных фондов: вводимых – 7 месяцев, выбывающих – 10 месяцев. Срок полезного использования основных производственных фондов 10 лет. Рассчитайте ежегодный размер амортизационных отчислений линейным способом.

7. Фирма запустила в продажу новый продукт. Ежемесячная стоимость привлечения покупателей для этого продукта составляет 3000 руб. Ежегодная прибыль, которую приносит каждый покупатель составляет 80000 руб. Исходя из опыта прошлых лет, руководство компании считает, что коэффициент удержания клиентов составит 86%. Рассчитайте пожизненную ценность клиента.

8. Рассчитайте Индекс прибыльности (доходности) по двухлетнему бизнес-проекту, если известно что

Начальные инвестиции - 35.000

Чистый денежный поток за первый год - 30.000

Чистый денежный поток за второй год - 25.000

Ставка дисконтирования 10%

Стоит ли заниматься этим бизнес-проектом и почему?

9. Рассчитайте индекс прибыльности (доходности) по двухлетнему бизнес-проекту, если известно:

Начальные инвестиции - 35.000

Чистый денежный поток за первый год - 30.000

Чистый денежный поток за второй год - 25.000

Ставка дисконтирования 10%

10. Выберите любое предприятие, кратко опишите его, изучите его основных конкурентов. С помощью метода взвешенного рейтинга оцените конкурентоспособность выпускаемых им товаров (услуг), предложите управленческое решение и документально оформите его.

11. Разработайте конкурентную стратегию для любого предприятия, предложите управленческое решение и документально оформите его.

12. Выберите любое предприятие, кратко опишите его, изучите его основных конкурентов и с помощью метода невзвешенного рейтинга оцените конкурентоспособность выпускаемых им товаров (услуг). Предложите управленческое решение и документально оформите его

13. Посмотрите на финансовые показатели проектов. Готовы ли Вы вложить средства хотя бы в один из них. Аргументируйте свой ответ.

	Проект 1	Проект 2	Проект 3
Ставка дисконтирования	25%	18%	0%
Период окупаемости (г.)	>3	9	5
Дисконтированный период окупаемости (г.)	>3	10	6

Чистый Денежный Доход	1 200 889 р.	180 238 р.	340 351 р.
Индекс прибыльности	0,89	1,11	2,84
Индекс внутренней рентабельности	30%	17%	35%
Длительность проекта	3 года	10 лет	8 лет

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

Структура экзаменационного билета по дисциплине «Организация бизнеса в торговле»

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1.</i> Разработка бизнес-стратегии компании.	15
<i>Вопрос 2</i> Управленческое решение как информационная модель будущих изменений	15
<i>Практическое задание</i> Предприятие продает 8000 штук изделий по цене 30 руб. за единицу. Переменные затраты составляют 15 руб. в расчете на единицу продукции. Постоянные расходы предприятия – 60000 руб. Предприятие имеет свободные производственные мощности. Потенциальный покупатель желает приобрести 500 ед. изделий по цене 21 руб. за единицу. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ по пониженной цене?	10

Задания, включаемые в экзаменационный билет

Номер вопроса	Перечень практических заданий к экзамену
1.	Определите долю прироста розничного товарооборота за счет интенсивного и экстенсивного факторов, исходя из следующих данных: - розничный товароборот за отчетный период возрос на 12%; - торговая площадь увеличилась на 7,5%.
2	Российская энергетическая компания имеет уставный капитал 1 млн руб., состоящий из обыкновенных и максимально допустимого по законодательству РФ количества привилегированных акций с одинаковым номиналом 10 руб. По итогам года компанией была получена чистая прибыль в сумме 36 200 000 руб., которая была распределена следующим образом: 10% было направлено на выплату дивидендов по привилегированным акциям, 65% – на развитие компании, оставшаяся сумма – на выплату дивидендов по обыкновенным акциям. Определите сумму дивидендов по каждому типу акций и размер дивидендов на одну акцию.
3	Рассчитайте Чистый Дисконтированный Доход по двухлетнему бизнес - проекту, если известно, что: Начальные инвестиции - 35.000 Чистый денежный поток за первый год - 30.000 Чистый денежный поток за второй год - 25.000 Ставка дисконтирования 10%
4	Первоначальная стоимость основных производственных фондов предприятия к началу планового года 6600 т.р. Стоимость вводимых в плановом году основных производственных фондов 1000 т.р. Стоимость выбывающих в течение года основных производственных фондов 500 т.р. Продолжительность эксплуатации основных производственных фондов: вводимых – 7 месяцев, выбывающих – 10 месяцев. Срок полезного использования основных производственных фондов 10 лет. Рассчитайте среднегодовую стоимость основных производственных фондов.

5	Первоначальная стоимость основных производственных фондов предприятия к началу планового года 6600 т.р. Стоимость вводимых в плановом году основных производственных фондов 1000 т.р. Стоимость выбывающих в течение года основных производственных фондов 500 т.р. Продолжительность эксплуатации основных производственных фондов: вводимых – 7 месяцев, выбывающих – 10 месяцев. Срок полезного использования основных производственных фондов 10 лет. Рассчитайте ежегодный размер амортизационных отчислений линейным способом.
6	Определите стоимость предприятия (бизнеса) в постпрогнозный период, используя модель Гордона, если известны следующие исходные данные: Денежный поток в первый год постпрогнозного периода –3750 тыс. руб. Ставка дисконта –28 %. Долгосрочные темпы роста денежного потока –3%
7	Оцените экономическую ситуацию для предпринимателя. Предприниматель планирует заняться реализацией бананов. Он взял на реализацию 10 кг бананов на сумму 150 рублей, продал их за 250, на оставшиеся средства купил еще бананов, но смог продать их лишь за 50 рублей. Какую выручку получит предприниматель?
8	Постоянные издержки составляют 450 тыс. руб. Переменные издержки 340 руб./шт. Цена реализации – 1100 руб./шт. Количество продукции – 100 и 500 шт. Рассчитать точку безубыточности в натуральном и стоимостном выражении, валовую маржу.
9	Александр планирует открыть придорожное кафе на выезде из своего города, и сделать его прибыльным за 3 года. По предварительным расчётам, его начальные инвестиции составят 5 600 000 рублей, и он может рассчитывать на 1 700 000 р. чистого денежного потока за первый год, 2 600 000 – за второй и 3 100 000 – за третий. Знакомый аналитик определил ставку дисконтирования для проекта Александра в 11%. Если все прогнозы верны, стоит ли ему инвестировать в этот бизнес-проект и почему? На какой индекс прибыльности (доходности) по трехлетнему проекту может рассчитывать Александр?
10	Руководство завода по производству насосного оборудования решило выпустить пробную партию установок для мойки автомобилей, чтобы заместить на рынке ушедшие западные компании. В первом квартале им удалось произвести и полностью продать пробную партию в 1250 ручных моек высокого давления российского образца. Себестоимость производства одной мойки составила 29 тыс. руб., а её розничная цена – 36,5 тыс. руб. Определите, насколько рентабельна оказалась первая партия моющих установок для завода? О чем говорит показатель рентабельности? Какие меры по повышению рентабельности производства может предпринять завод?
11	Индивидуальный предприниматель (зарегистрирован в г. Краснодаре), использующий наемный труд (трое наемных работников), оказывает автотранспортные услуги по перевозке грузов автомобильным транспортом. Количество автотранспортных средств предпринимателя, используемых для перевозки грузов, составляет 3 единицы. Рассчитайте сумму патента за год к уплате в бюджет.
12	Вы отвечаете за разработку программы диверсификации компании, располагающей важным ноу-хау в сфере закупки и переработке фруктов и выпускающей джемы и консервированные фрукты под известной торговой маркой. Предложите различные варианты диверсификации, оцените их риски и возможности.
13	Трое друзей решили зарегистрировать организацию. Один из них собирается участвовать в деятельности этой организации, а двое других – не собираются. Предполагаемая сфера деятельности организации связана с высокими затратами ресурсов, поэтому предприниматели заинтересованы в привлечении больших объемов финансовых средств. В случае провала все предприниматели, естественно, не хотели бы потерять все свое имущество. Вопрос. Какую организационно-правовую форму им стоит выбрать? Обоснуйте ответ с опорой на законодательство РФ, регулирующее предпринимательскую деятельность.

14	Завод производит велосипеды шести моделей. В планах предприятия – освоение нового регионального рынка. Какие две модели можно предложить для реализации на новом рынке, если известны следующие параметры по каждому виду продукции:				
	Виды товара	Отпускная цена товара, руб.	Переменные издержки на единицу товара, руб.	Маржинальная прибыль, тыс. руб.	Объём продаж за отчётный период, тыс. шт.
	«Салют»	10 000	1000		90
	«Пионер»	12 000	1000		85
	«Звезда»	18 000	1250		50
	«Вымпел»	17 000	1250		55
	«Стрела»	8 000	770		102
15	«Ветерок»	4 000	600		60
	Торговая фирма закупает товар по цене 195 ден. ед. за единицу и продает в количестве 1700 ед. этого товара еженедельно по цене 235 ден. ед. Маркетинговый отдел по результатам исследования рынка рекомендует понизить на одну неделю цену на 5%. Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне.				
	Рассчитайте чистую прибыль за год, если компания получила за реализованную продукцию и оказанные услуги 8 250 000 руб., затраты на заработную плату сотрудников составили 3 000 000 руб., а общие затраты на закупку цветов составили 4 300 000 руб. Компания работает на упрощенной системе налогообложения по ставке 15%.				
	Коммерческая организация планирует через два года приобрести помещение под офис и склад. Эксперты оценивают будущую стоимость недвижимости в размере 28 млн руб. По банковским депозитным счетам установлены ставки в размере 22% с ежегодным начислением процентов и 20% с ежеквартальным начислением процентов. Определить, какую сумму необходимо поместить на банковский депозитный счет, чтобы через два года получить достаточную сумму для покупки недвижимости.				
	Производственная компания снизила цены на пледы с 1000 руб. до 800 руб., объем продаж за месяц при этом вырос в два раза (с 2000 до 4000). Определить эластичность спроса и динамику изменения общего товарооборота компании				
	В июне предприятие «Х» изготовило 5000 изделий по цене 1800 руб. за каждое. Общие постоянные расходы предприятия составили 1 200 000 руб. Удельные переменные расходы – 1200 руб./изд. В июле по сравнению с июнем было запланировано увеличение прибыли на 10 %. Каков должен быть дополнительный объем реализованной продукции, чтобы обеспечить достижение запланированного уровня прибыли?				
	Посмотрите на финансовые показатели проектов. Готовы ли Вы вложить средства хотя бы в один из них. Аргументируйте свой ответ.				
		Проект 1	Проект 2	Проект 3	
20	Ставка дисконтирования	25%	18%	0%	
	Период окупаемости (г.)	>3	9	5	
	Дисконтированный период окупаемости (г.)	>3	10	6	
	Чистый Денежный Доход	1 200 889 р.	180 238 р.	340 351 р.	
	Индекс прибыльности	0,89	1,11	2,84	
	Индекс внутренней рентабельности	30%	17%	35%	
	Длительность проекта	3 года	10 лет	8 лет	

21	В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 10 до 12% при емкости рынка 175 млн. штук продукта. Рассчитайте дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 98 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 182 млн. руб.
22	Предприятие производит продукцию одного наименования. Рыночная цена на аналогичную продукцию составляет 210 руб. Производственные мощности предприятия ограничены и максимальный выпуск продукции составляет 200 единиц. Переменные расходы на единицу продукции составляют 120 руб. Общая величина постоянных расходов – 25 000 руб. Сможет ли предприятие установить на продукцию конкурентоспособную цену?
23	Торговая фирма закупает товар по цене 250 руб. за единицу и продает в среднем по 300 единиц этого товара за неделю по цене 300 руб. Если фирма согласится понизить цену на одну неделю на 10%, сколько единиц изделий ей нужно продать, чтобы сохранить свою валовую прибыль?
24	№1 Начинаящий предприниматель выпускает мебель ручной работы и решил зарегистрироваться в качестве самозанятого. Для удобства он решает нанять помощников (сотрудников). Может ли он это сделать в рамках данной формы предпринимательства? А. Да, самозанятый может нанимать помощников, но обязан выплачивать за них страховые взносы и НДФЛ. В. Нет, поскольку найм сотрудников требует регистрации в форме ИП или юр.лица. С. Нет, так как у сотрудников в такой форме занятости не будет идти стаж и пенсионные отчисления. Д. Да, самозанятость как форма регистрации не имеет никаких ограничений №2 Предприниматель незначительно превысил лимит по УСН. Что произойдет? А. Предприниматель должен срочно переходить на ОСНО Б. Предприниматель сохраняет право на УСН, но налог уплачивается по повышенным налоговым ставкам В. Предприниматель сохраняет право на УСН, но платит административный штраф в размере 1% от дохода Г. Предприниматель теряет право на УСН в следующем налоговом периоде
25	Предприятие продаёт оборудование. Имеются следующие исходные данные: 1. Объём товарооборота (шт.) – 1520; 2. Цена реализации за единицу товара (руб.) – 7200; 3. Переменные издержки на единицу товара (руб.) – 2840; 4. Постоянные издержки за год (тыс. руб.) – 897. Задание: 1. Определить значение критической точки объёма товарооборота. 2. Рассчитать фактическую сумму прибыли. 3. Определить, как изменится прибыль, если снизить цену на 5 %, что дает возможность увеличить объём товарооборота на 20 %, и одновременно снизить постоянные издержки на 12,8 тыс. руб. 4. Если объём товарооборота снижается на 15 %, на сколько необходимо снизить издержки, чтобы сохранить прибыль на уровне отчётного года? 5. Какое количество товаров необходимо реализовать, чтобы обеспечить получение прибыли в сумме 3000 тыс. руб. при сохранении цен и издержек на прежнем уровне?
26	Разработайте модель распределения инвестиций между отраслями/рынками, в которых топ-менеджмент решил начинать коммерческую деятельность: - сформулированные владельцами бизнеса цели деятельности компании; - сформулированные показатели соотношения объемов выручки на ранее освоенных и новых рынках; - последовательность этапов разработки корпоративной стратегии; - методику сбора и анализ информации о состоянии наиболее перспективных отраслей, в которых компания может начать коммерческую деятельность;

	- методику выбора отраслей/видов деятельности, в которых компания планирует начать работу; - методику анализа, трансформации и ревизии продуктового портфеля компании
27	Какое решение примет руководство фирмы об инвестировании капитала в новое оборудование, если известны следующие условия: Цена оборудования, установленная производителем - поставщиком, равна 900 млн. руб. Предполагается использовать приобретаемое оборудование 3 года. Ожидается, что инвестиционные вложения в оборудование принесут следующий доход: в 1-й год эксплуатации - 400 млн. руб.; во 2-й год - 350 млн. руб.; в 3-й год - 300 млн. руб. Процентная ставка (ставка дисконта) установлена на уровне 5%.
28	№1 Два предпринимателя открыли небольшие розничные магазины. Они работают в разных районах Москвы: один в Сокольниках, другой – в Бирюлево Восточном. Оба предпринимателя применяют патентную систему налогообложения. Одинаковую ли стоимость патента они оплатили? А. Нет, поскольку стоимость патента зависит от площади помещения; Б. Нет, поскольку стоимость патента зависит от муниципального образования, где ведется деятельность; В. Да, поскольку стоимость патента на данный вид деятельности не зависит от муниципального образования; Г. Нет, поскольку стоимость патента рассчитывается персонально для каждого предпринимателя. №2 ЖЦТ (жизненный цикл товара) — динамичная концепция, дополняющая анализ рыночного потенциала. Классическая кривая ЖЦТ состоит из четырех стадий. Перечислите восемь «преимуществ подражателя», характерных для первой стадии, согласно Ж. Ж. Ламбену.
29	В результате диверсификации деятельности компания стала специализироваться на производстве и продаже сложной бытовой техники, требующей высокого уровня сервисного обслуживания. В связи с этим была проведена реорганизация отдела продаж и создана структура управления продажами с рыночной специализацией. Вопросы и задания: 1. Проанализируйте варианты организационного построения управления продажами, определите, какие параметры им характерны. 2. Приемлема ли в данной ситуации рыночная специализация организации управления продажами? 3. Какой вариант организационной структуры управления продажами предлагаете Вы? Обоснуйте свое решение.
30	В торговой организации принято решение о расширении деятельности за счёт использования электронной коммерции. Вы являетесь директором по развитию, Вам поручена реализация данной программы. Какие ресурсы торговой организации подлежат оценке в данном случае? Как может измениться организационная структура торговой организации? Назовите новые конкретные функции, связанные с расширением сферы деятельности торговой организации. Ответы обоснуйте.
31	№1 Может ли применять режим налога на профессиональный доход предприниматель, занимающийся перепродажей обуви? А. нет, поскольку самозанятый не в праве работать в сферах деятельности, связанных с подакцизными или требующих маркировки товарами Б. да, может без ограничений В. да может, но если установит специальное программное обеспечение Г. нет, поскольку данная деятельность требует специальной лицензии №2. Расположите этапы разработки управленческого решения в торговом бизнесе правильной логической последовательности: а) отбор и анализ возможных альтернативных вариантов решения проблемы; б) постановка проблемы и формулировка целей ее решения;

	в) мотивация и стимулирование исполнителей; г) организация взаимосвязей и координация взаимодействий; д) разработка конкретных мероприятий по реализации и увязка их по времени и ресурсам; е) разработка системы контроля и регулирования.
32	Фирма запустила в продажу новый продукт. Ежемесячная стоимость привлечения покупателей для этого продукта составляет 3000 руб. Ежегодная прибыль, которую приносит каждый покупатель составляет 80000 руб. Исходя из опыта прошлых лет, руководство компании считает, что коэффициент удержания клиентов составит 86%. Рассчитайте пожизненную ценность клиента.
33	Вы бизнес-аналитик, работающий в крупной торговой компании. Стиль управления в компании предполагает принятие управленческих решений высшим менеджментом на интуитивной основе. После принятия решений и выработки плана действий руководство может обратиться к бизнес-аналитике, но не для объективного исследования ситуации, а для нахождения, по сути, «техничко-экономического обоснования» своим действиям. Как вы считаете, оправдан ли подобный подход? Предложите 3 организационных решения для коррекции ситуации.
34	Предприятие продает 8000 штук изделий по цене 30 руб. за единицу. Переменные затраты составляют 15 руб. в расчете на единицу продукции. Постоянные расходы предприятия – 60000 руб. Предприятие имеет свободные производственные мощности. Потенциальный покупатель желает приобрести 500 ед. изделий по цене 21 руб. за единицу. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ по пониженной цене?
35	1. Укажите правильный ответ. VAR – это: а) парадигма стоимости риска (Value-at-Risk); б) показатель объемов потерь прибыли (Volume at Reduce); в) степень сопротивления персонала рискованным проектам (Volume at Resistance); г) объем риска (Volume of Accepted Risk). 2. Укажите правильный ответ. Методы управления рисками, связанные с распределением риска между стратегическими партнерами, носят название: а) методы диссипации риска; б) методы компенсации риска; в) методы уклонения от риска; г) методы локализации риска.
36	Предприятие составляет план продаж в стоимостном выражении на следующий год. Для этого необходимо вычислить среднегодовую цену товара за прошедший год. В начале года цена была 50 руб. за единицу, с 01.03 она повысилась на 15 %, а с 01.06 – ещё на 17 %. Оборот по реализации за год составил 100 000 единиц, в том числе за 1 квартал – 20 000 шт., из них в марте – 8000; за 2 квартал – 35 000 шт., из них в июне – 16 000. Планируемый уровень инфляции на следующий год составляет 17 %. Какую цену необходимо включить в план продаж?

Типовой перечень вопросов к экзамену

1. Сценарный анализ при разработке бизнес-стратегии.
2. Разработка системы стратегического контроля процесса реализации бизнес-стратегии
3. Модели интернет-торговли и их характеристика
4. Конкурентные стратегии предпринимательской деятельности.
5. Управление рисками в предпринимательстве
6. Идентификация ключевых клиентов по методу М. МакДоналда и П. Чевертон; анализ преимуществ и недостатков.
7. Разработка бизнес-стратегии компании.

8. Основные источники и направления роста бизнеса современных коммерческих компаний.
9. Бизнес-анализ сил, управляющих конкуренцией в отрасли
10. Коммерческая информация и способы ее защиты
11. Управление рисками в международном бизнесе
12. Методы трансформации организационной структуры компании при изменении портфеля областей деятельности/целевых рынков.
13. Критерии и показатели эффективности предпринимательского проекта
14. Понятие и структура корпоративной стратегии.
15. Уровни дифференциации потребительских групп в торговле
16. Анализ хозяйственной деятельности предпринимательской структуры
17. Системы налогообложения предпринимательства в России
18. Совместные предприятия и стратегические альянсы.
19. Управленческое решение как информационная модель будущих изменений
20. Стратегическое управление системой распределения и сбыта.
21. Основные организационно - правовые формы предпринимательской деятельности.
22. Бизнес как объект применения латерального анализа.
23. Разрешение бизнес-противоречий с использованием ТРИЗ
24. Методы генерации бизнес-идей
25. Структура и содержание бизнес- плана.
26. Методика разработки раздела «Организационный план» в бизнес-плане
27. Этапы создания собственного дела.
28. Стратегия интегрированного управления маркетинговой логистикой
29. Стратегии взаимоотношений в рыночном поведении фирмы
30. Принципы распределения ресурсов и приоритетов между СБЕ
31. Инструменты для генерирования и системного анализа идей. Ментальные карты
32. Методы оптимизации бизнес-процессов
33. Модель «ABCD».
34. Оценка макроэкономических факторов предпринимательской среды
35. Особенности бизнес-проектирования коммерческой деятельности.
36. Оценка рынка сбыта в бизнес-проекте.
37. Проектирование бизнес-процессов торговых предприятий.
38. Предпринимательский риск: сущность, классификация, меры по снижению
39. Бизнес-модели предпринимательских структур
40. Инструменты анализа проблемы бизнес-процессов.
41. Функционально-стоимостной анализ
42. Методы оценки предпринимательского риска
43. Порядок ликвидации юридического лица
44. Коррекция бизнес-стратегий по продлению жизненного цикла товаров (ADL матрица)
45. Основные формы объединения коммерческих предприятий
46. Разработка стандартов планировки торговых залов для сетевых магазинов
47. Сущность и классификация инноваций в бизнесе
48. Типология организационных структур бизнеса
49. Маржинальный анализ как инструмент управления финансовыми результатами субъекта предпринимательства
50. Методика разработки раздела «Финансовый план» в бизнес-плане
51. Инновационные модели ценообразования в торговле.
52. Маркетинговый раздел бизнес-плана и его содержание

53. Факторинг, его сущность и значение для предпринимателей. Порядок заключения факторингового договора
54. Особенности бизнес- стратегии малых фирм.
55. Государственная поддержка развития малого предпринимательства
56. Производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.
57. Практика использования матрицы GE/McKinsey для аудита направлений деятельности и целевых рынков.
58. Конфигурация моделей бизнеса (по Ларсу Швайцеру)
59. Стратегическое и тактическое планирование бизнеса
60. Основные показатели эффективности бизнес- проекта (чистый приведенный доход, индекс прибыльности, срок окупаемости)
61. Стратегии вертикальной интеграции в бизнесе.
62. Ценностный подход к ценообразованию: принципы, инструменты, сущность
63. Поглощения и слияния как инструмент развития бизнеса
64. Критерии и показатели оценки маркетинговой, организационной и управленческой деятельности компании
65. Позиционные стратегии участников рынка
66. Процесс управления маркетингом в бизнесе
67. Бизнес-процессы: сущность, назначения, подходы к классификации
68. Слияние, поглощение, разделение, выделение, преобразование юридического лица
69. Система целей бизнеса. Структуризация дерева целей.
70. Реинжиниринг в различных областях ведения бизнеса
71. Ключевые показатели бизнес-процессов
72. Оценка инвестиционной привлекательности бизнес-проекта

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

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Знает верно и в полном объеме: этику делового общения и правила ведения переговоров	Продвинутый
			ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	Умеет верно и в полном объеме: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	Умеет верно и в полном объеме: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
			ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	Умеет верно и в полном объеме: анализировать текущую рыночную конъюнктуру	
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Знает с незначительными замечаниями: этику делового общения и правила ведения переговоров	Повышенный
			ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	Умеет с незначительными замечаниями: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	Умеет с незначительными замечаниями: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
			ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	Умеет с незначительными замечаниями: анализировать текущую рыночную конъюнктуру	

50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Знает на базовом уровне, с ошибками: этику делового общения и правила ведения переговоров	Базовый
			ПК-2.3. Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	Умеет на базовом уровне, с ошибками: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
			ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	Умеет на базовом уровне, с ошибками: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	Умеет на базовом уровне, с ошибками: анализировать текущую рыночную конъюнктуру	
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»	ПК-2 - Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Не знает на базовом уровне: этику делового общения и правила ведения переговоров	Компетенции не сформированы
				Не умеет на базовом уровне: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
		ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	Не умеет на базовом уровне: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	

			ПК-3.3. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	Не умеет на базовом уровне: анализировать текущую рыночную конъюнктуру	
--	--	--	---	--	--