

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 22.07.2026 14:27:57

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 6

к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

направленность (профиль) программы Торговый 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

Управление торговой организацией

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы

Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Год начала подготовки 2026

Краснодар - 2025 г.

Составитель:

к.э.н., доцент кафедры товарной
экспертизы, технологии торговли и
ресторанного бизнеса

М.А. Дубинина

Оценочные материалы одобрены на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии
торговли и ресторанного бизнеса

протокол № 8 от 20.03.2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «Управление торговой организацией»

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

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения	Наименование контролируемых разделов и тем
ПК-2. Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	ПК-2.1. У-1	Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли. Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях
	ПК-2.2. Ведет согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика	ПК-2.2. 3-1	Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли. Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях
ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	ПК-3.2. 3-1	Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли. Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях Тема 7. Управление персоналом предприятий торговли.
ПК-4. Готов к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-4.4. Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	ПК-4.4 У-1 ПК-4.4 У-2	Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле Тема 5. Управление торгово-технологическим процессом в оптовых и розничных торговых организациях Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях Тема 7. Управление персоналом предприятий торговли.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях Опрос

Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей

Индикаторы достижения: ПК-3.2

1. Какова социально-экономическая сущность внутренней торговли?
2. Дайте пояснения, роль торговли в организации товарообмена на потребительском рынке.
3. Раскройте концептуальные основы формирования основных оптовых структур на потребительском рынке.
4. В чем заключается диверсификация деятельности предприятий торговли?
5. Назовите макроэкономические функции торговли.
6. Перечислите признаки и укажите сферы кооперации и интеграции в торговле.
7. Какие организационные структуры и совместные функции торговых предприятий имеют место в рамках добровольных торговых цепочек?
8. Какие системы оптовых закупок применяются в объединениях горизонтальной и вертикальной кооперации в торговле?

Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью

Индикаторы достижения: ПК-3.2, ПК-4.4

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

Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли

Индикаторы достижения: ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.2

1. Почему торговому предприятию необходимо, в первую очередь, разработать стратегии и определить основные цели коммерческой деятельности предприятия?

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

Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле

Индикаторы достижения: ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.4

1. Объясните на конкретных примерах возможность применения различных концепций управления в деятельности торговых предприятий.
2. Объясните возможность использования принципов маркетинга в управлении торговым предприятием.
3. Рассмотрите примеры влияния факторов внешней среды на деятельность торговых предприятий и их ответные реакции.
4. Проанализируйте состояние российского рынка оптовой и розничной торговли, их динамику и перспективы.
5. В чем состоят особенности маркетинга оптового и розничного предприятий торговли.
6. На примере конкретного предприятия оптовой и розничной торговли рассмотрите использование элементов комплекса маркетинга.
7. Охарактеризуйте маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле
8. Опишите задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли.
9. Расскажите о наиболее важных сферах маркетинговых исследований, проводимых оптовым предприятием.
10. В чем заключается маркетинг-логистика оптовой компании?
11. Дайте характеристику маркетинговым решениям в системе продаж.
12. По каким причинам производится расширение ассортимента?
13. По каким направлениям в оптовой и розничной торговле осуществляется стимулирование продаж?

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

Индикаторы достижения: ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.4

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

Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях

Индикаторы достижения: ПК-3.2, ПК-4.4

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

Тема 7. Управление персоналом предприятий торговли

Индикаторы достижения: ПК-3.2, ПК-4.4

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

Критерии оценки устного ответа студента:

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

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

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

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

Задания для текущего контроля

Комплект заданий для контрольной работы

Тема 2. Торговые организации и принципы управления их деятельностью

Индикаторы достижения: ПК-3.2, ПК-4.4

Вариант 1

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

Вариант 2

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

Тема 4. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле

Индикаторы достижения: ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.4

Вариант 1

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

Вариант 2

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

Вариант 3

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

Тема 6. Управление процессом обслуживания в розничных торговых организациях **Индикаторы достижения: ПК-3.2, ПК-4.4**

Вариант 1

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

Вариант 2

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

Вариант 3

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

Критерии оценки:

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

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

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

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

Комплект тестовых заданий

по теме 1 «Концептуальные основы управления торговлей»

Индикаторы достижения: ПК-3.2

1. Тестовое задание 1:

Под системой внутренней торговли понимается:

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

2. Тестовое задание 2:

Интегрированная торговая система представляет собой:

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

3. Тестовое задание 3:

Виды торговых предприятий по формам создания и функционирования:

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

4. Тестовое задание 4:

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

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

5. Тестовое задание 5:

Характерные особенности торговли:

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

6. Тестовое задание 6:

Объектом государственного регулирования является:

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

7. Тестовое задание 7:

В рядовых населенных пунктах размещаются магазины типа:

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

8. Тестовое задание 8:

Принципы размещения розничной торговой сети потребительской кооперации:

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

9. Тестовое задание 9:

Перечислите основные формы розничной торговли:

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

10. Тестовое задание 10:

Основные функции розничной торговой сети:

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

11. Тестовое задание 11:

Что такое торговля?

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

12. Тестовое задание 12:

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

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

13. Тестовое задание 13:

Формы организации оптовой торговли:

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

14. Тестовое задание 14:

Виды розничной торговой сети

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

15. Тестовое задание 15:

Что входит в субъекты рынка?

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

16. Тестовое задание 16:

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

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

17. Тестовое задание 17:

Функции оптовой торговли:

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

18. Тестовое задание 18:

Что из данного является формой рыночных проявлений потребностей?

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

19. Тестовое задание 19:

Если спрос на товары сокращается, то общая выручка продавца:

- а) растет

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

20. Тестовое задание 20:

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

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

Критерии оценки теста по теме 1:

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

0,8 балла выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 70% тестовых заданий;

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

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

Тема 3. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий торговли

Индикаторы достижения: ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.2

1. Тестовое задание 1:

Функциональное управление это:

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

2. Тестовое задание 2:

Перечисленное ниже утверждение относится к:

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

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

3. Тестовое задание 3:

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

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

4. Тестовое задание 4:

Разработка плана оптовых продаж может осуществляться следующими методами:

- А. «Планирование от потребностей»

Б. «Планирование от рынка».

5. Тестовое задание 5:

Суть «Планирования от потребностей» заключается в следующем:

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

6. Тестовое задание 6:

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

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

7. Тестовое задание 7:

Планирование продаж в розничной торговле включает прогнозирование на основе:

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

8. Тестовое задание 8:

Метод экспертных оценок основывается:

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

9. Тестовое задание 9:

Метод прогнозирования продаж на основе данных о результатах процессов основывается:

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

10. Тестовое задание 10:

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

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

11. Тестовое задание 11:

Предмет науки управления, это:

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

12. Тестовое задание 12:

Предметом управленческого труда торговой организации является:

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

13. Тестовое задание 13:

Организация как система управления характеризуется:

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

14. Тестовое задание 14:

Система управления, это:

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

15. Тестовое задание 15:

Организационная структура отражает:

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

16. Тестовое задание 16:

Организация в системе управления представляет:

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

17. Тестовое задание 17:

Основу любой организации составляют:

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

18. Тестовое задание 18:

Структура управления - это:

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

19. Тестовое задание 19:

Функция управления – это:

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

20. Тестовое задание 20:

Планирование – это:

- А. Функция управления
- Б. Сфера деятельности

В. Объект управления

по теме 4 «Маркетинговые решения торговых и экспертных организаций»

Индикаторы достижения: ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.4

1. Тестовое задание 1:

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

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

2. Тестовое задание 2:

Из каких элементов складывается конкурентоспособность оптовых организаций:

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

3. Тестовое задание 3:

Разработка и реализация комплекса маркетинга проводится для того, чтобы:

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

4. Тестовое задание 4:

Сегментация — это

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

5. Тестовое задание 5:

Позиционирование — это

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

6. Тестовое задание 6:

Сбалансированность ассортимента представляет собой:

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

7. Тестовое задание 7:

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

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

8. Тестовое задание 8:

Товары «Звезды», имеют следующие характеристики:

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

9. Тестовое задание 9:

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

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

10. Тестовое задание 10:

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

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

11. Тестовое задание 11:

Товарная функция маркетинга розничного торгового предприятия включает...

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

12. Тестовое задание 12:

Найдите верное соотношение между критерием оценки сегмента и его показателем.

1. Устойчивость сегмента	1. Сегмент должен обеспечивать определенный доход на вложенный капитал.
2. Прибыльность	2. Выявление в выбранном сегменте покупателей, на которых торговое предприятие ориентируется в дальнейшем.
3. Позиционная ориентация	3. Стабильность выделенной группы потребителей. Влияние возможных изменений окружающей среды на размер сегмента (например, экономических условий, законодательства и т.п.).

	Уровень лояльности потребителей к розничному торговому предприятию.
4. Доступность сегмента	4. Оценка уровня конкуренции и конкурентного преимущества, определение степени своей защищенности
5. Конкурентное давление	5. Потребители, входящие в сегмент, должны иметь возможность узнать о розничном торговом предприятии и его предложениях из рекламных источников.

13. Тестовое задание 13:

Найдите в правой колонке определение, соответствующее термину в левой колонке

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

14. Тестовое задание 14:

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

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

15. Тестовое задание 15:

С помощью средств мерчандайзинга можно:

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

16. Тестовое задание 16:

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

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

17. Тестовое задание 17:

Комплекс маркетинга розничного торгового предприятия — это...

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

18. Тестовое задание 18:

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

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

19. Тестовое задание 19:

Определите соответствие между квадрантами матрицы БКГ и маркетинговой стратегией.

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

20. Тестовое задание 20:

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

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

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

Индикаторы достижения: ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.4

1. Тестовое задание 1:

Назовите формы движения товаров из сферы производства в розничную торговую сеть

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

2. Тестовое задание 2:

Какова наиболее распространенная сетка колонны в магазине и на складе?

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

3. Тестовое задание 3:

Перечислите функции технологических процессов в торговле

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

4. Тестовое задание 4:

Что понимается под оптимальной звенностью товародвижения?

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

5. Тестовое задание 5:

Перечислите функции торговых процессов в торговле:

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

6. Тестовое задание 6:

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

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

7. Тестовое задание 7:

Величина общего товарооборота находится в балансовой зависимости с:

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

8. Тестовое задание 8:

Торговая надбавка представляет собой элемент цены продавца, обеспечивающий ему:

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

9. Тестовое задание 9:

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

- а) только в торговых предприятиях

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

10. Тестовое задание 10:

Расходы, связанные с производством и реализацией представляют собой:

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

11. Тестовое задание 11:

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

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

12. Тестовое задание 12:

Управление ассортиментом товаров оптового торгового предприятия направлено на:

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

13. Тестовое задание 13:

Оптовая продажа предполагает осуществление следующих операций:

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

14. Тестовое задание 14:

Управление товарными запасами на предприятиях оптовой торговли предполагает:

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

15. Тестовое задание 15:

Основанием для заказа товара в розничной торговле предприятия служит:

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

16. Тестовое задание 16:

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

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

17. Тестовое задание 17:

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

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

18. Тестовое задание 18:

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

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

19. Тестовое задание 19:

Основные схемы технологических решений в торговле:

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

20. Тестовое задание 20:

Предметами управления торгово-технологическим процессом в магазине являются:

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

21. Тестовое задание 21:

Принципы рациональной организации процесса товародвижения заключаются

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

22. Тестовое задание 22:

В состав типовых технологических операций товародвижения входят:

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

23. Тестовое задание 23:

Принципами рациональной организации складского технологического процесса являются:

- а) плановость и ритмичность

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

24. Тестовое задание 24:

К технологическим процессам в торговле относится:

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

25. Тестовое задание 25:

Управление торгово-технологическими процессами на складах включает управление:

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

по теме 7 «Управление персоналом торговых и экспертных организаций»

Индикаторы достижения: ПК-3.2, ПК-4.4

1. Тестовое задание 1:

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

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

2. Тестовое задание 2:

Планирование на предприятии в сфере управления персоналом представляет собой:

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

3. Тестовое задание 3:

Управление персоналом – это...

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

4. Тестовое задание 4:

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

- А. Экономические
- Б. Психологические

- В. Организационные
- Г. Административные

5. Тестовое задание 5:

Уровень профессиональной готовности работника к определенному виду работы - это:

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

6. Тестовое задание 6:

Система управления персоналом организации включает следующие функциональные подсистемы:

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

7. Тестовое задание 7:

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

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

8. Тестовое задание 8:

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

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

9. Тестовое задание 9:

Назовите внутренние источники привлечения персонала:

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

10. Тестовое задание 10:

Сущность понятия «каналы сбыта» не характеризует:

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

11. Тестовое задание 11:

К формам внутреннего привлечения персонала относят:

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

12. Тестовое задание 12:

Оперативное планирование в сфере управления персоналом по характеру бывает:

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

13. Тестовое задание 13:

Основными функциями подсистемы развития персонала являются:

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

14. Тестовое задание 14:

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

15. Тестовое задание 15:

Система целей управления персоналом является основой определения состава функций персоналом

16. Тестовое задание 16:

Традиционно выделяются ... уровня управления:

17. Тестовое задание 17:

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

18. Тестовое задание 18:

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

19. Тестовое задание 19:

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

20. Тестовое задание 20:

Виды оценки потребности в персонале: количественные и

Критерии оценки тестов по темам 3,4,5,7:

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

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

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

тестовых заданий;

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

Задания для творческого рейтинга

Темы индивидуальных проектов:

Индикаторы достижения: ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.4

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

Критерии оценки (в баллах):

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

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

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

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

Темы рефератов

Индикаторы достижения: ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.4

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

Критерии оценки (в баллах):

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

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

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

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

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

Структура экзаменационного билета

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

Задания, включаемые в экзаменационный билет

Типовой перечень вопросов к экзамену

1. Особенности сферы торговли, ее роль в формировании внутреннего рынка страны.
2. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг.
3. Концептуальные основы оптовой и розничной торговли.
4. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.
5. Цель, основные задачи и принципы государственного регулирования потребительского рынка товаров и услуг.
6. Роль торговли в сфере товарного обращения
7. Тенденции развития торговли в России на современном этапе.
8. Механизм проведения структурной политики оптовой торговли.
9. Концептуальные основы развития коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии на рынке России.
10. Формы кооперации и интеграции в торговле в условиях глобализации экономики.
11. Политика государства и общественных организаций в развитии и поддержке малого предпринимательства в торговле России
12. Организационная структура управления оптовых и розничных организаций разного вида, структура аппарата управления и распределение полномочий между функциональными звеньями.
13. Методы управления и оценка их эффективности.
14. Уровни и процессы стратегического планирования в торговле, постановка корпоративных целей.
15. Оценка альтернативных стратегий торговли.
16. Реализация стратегий предприятий торговли.
17. Управление торговой единицей и ее составляющие.
18. Методологические основы коммерческой деятельности торгового предприятия.
19. Моделирование коммерческой деятельности.
20. Функции управления коммерческой деятельностью на предприятиях торговли.
21. Управление закупками.
22. Управление ассортиментом товаров.
23. Управление товарными запасами.
24. Управление маркетингом.
25. Управление продажами товаров.
26. Управление рекламной деятельностью торговой организации.
27. Сущность, цели и задачи маркетинга в торговле.
28. Функции маркетинга в торговле.

29. Задачи маркетинга в системе оптовой и розничной торговли.
30. Разработка маркетинговых стратегий.
31. Проведение маркетинговых исследований торговой деятельности.
32. Сегментирование рынка предприятием торговли.
33. Маркетинг закупок.
34. Маркетинг-логистика.
35. Маркетинговые решения в оптовой и розничной торговле.
36. Цели и содержание торгово-технологических процессов в оптовых и розничных организациях.
37. Структура и последовательность операций торгово-технологического процесса в зависимости от применяемых методов продажи товаров.
38. Планировочные решения в розничных организациях торговли.
39. Оценка оптимальности торгово-технологического процесса.
40. Организация мерчандайзинга на предприятии розничной торговли.
41. Оптимальные управленческие решения в области продаж в розничных торговых организациях.
42. Содержание, организация и последовательность выполнения складских операций; их координация с внешней средой.
43. Критерии оценки эффективности технологических решений, методика их расчета.
44. Современное состояние складского хозяйства оптовых и розничных организаций, проблемы его развития в условиях рыночной экономики. Факторы, определяющие развитие складской сети.
45. Современные направления научно-технического прогресса механизации и автоматизации на товарных складах.
46. Методология определения эффективности применения методов продаж.
47. Сущность управления процессом обслуживания покупателей и его взаимосвязь с показателями деятельности розничной торговой организации.
48. Понятие и классификация услуг розничной торговой организации.
49. Стимулирование сбыта на оптовом предприятии.
50. Предпродажный и послепродажный сервис на оптовых и розничных предприятиях.
51. Элементы и оценка качества торгового обслуживания и методы их расчета.
52. Влияние качества торгового обслуживания на эффективность работы розничной торговой организации.
53. Цели стимулирования продаж.
54. Методы стимулирования покупателей в розничной торговле.
55. Методы стимулирования труда персонала розничной организации.
56. Кадровая политика торгового предприятия.
57. Характеристика функциональных обязанностей персонала торгового предприятия.
58. Факторы, формирующие численность работников в торговом предприятии.
59. Оформление и разработка должностных инструкций.
60. Формирование трудового коллектива торгового предприятия.
61. Содержание труда работников торгового предприятия.
62. Система мотивации персонала в торговле.
63. Оценка конкурентоспособности торгового предприятия.
64. Основные типы оптовых и розничных торговых предприятий.
65. Возможности применения матрицы И. Ансоффа при разработке стратегий развития торгового предприятия.
66. Торговый ассортимент: понятие, принципы формирования, характеристики.
67. Использование матрицы BCG, ABC и XYZ анализа в планировании торгового ассортимента и товарных запасов.
68. Основные положения Закона РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

69. Маркетинговые коммуникации в розничной торговле: понятие, цели, задачи и основные направления развития.

70. Типы конкуренции в розничной торговле: внутриформатная, межформатная, ассортиментная, перехватывающая.

71. Понятие конкурентного преимущества торгового предприятия: внешнее и внутреннее.

72. Использование новых информационных технологий на предприятиях торговли.

Практические задания к экзамену:

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

2. Коэффициент гармоничности некой товарной категории равен 0,226. Оцените сбалансированность ассортимента и предложите варианты развития ассортимента при необходимости.

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

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

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

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

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

8. Вычислите коэффициент новизны ассортимента, если в магазине «Весна» имеется 10 наименований консервов в томатном соусе, из них 3 наименования — новые виды

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

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

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

условия их использования; укажите преимущества и недостатки. Какую стратегию выбрала компания?

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

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

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

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

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

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

18. Малое предприятие по производству мясных полуфабрикатов из куриного мяса успешно существует на рынке уже 10 лет. В последнее время предприятие осваивает выпуск цветных пельменей для детей. Затраты на производство и реализацию цветных пельменей составляют: постоянные затраты - 200 000 руб. в месяц, переменные затраты на килограмм пельменей - 70 руб. Цена за килограмм новых пельменей составляет 170 руб. Для того, чтобы предприятие получало прибыль в размере не менее 85 тыс. руб. в месяц, оно должно продавать не менее... кг цветных пельменей.

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

Товарооборот- 11492тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 6113 тыс.руб.

Коммерческие расходы – 1103 тыс.руб.

Управленческие расходы – 717 тыс.руб.

Прочие расходы. – 104 тыс.руб.

Прочие доходы – 92 тыс.руб.

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

Товарооборот- 15582тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 7723 тыс.руб.

Коммерческие расходы – 1028 тыс.руб.

Управленческие расходы – 825 тыс.руб.

Прочие расходы. – 527 тыс.руб.

Прочие доходы – 678 тыс.руб.

Налог – 20%

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

Товарооборот- 25692тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 18613 тыс.руб.

Коммерческие расходы – 1101 тыс.руб.

Управленческие расходы – 934 тыс.руб.

Прочие расходы. – 401 тыс.руб.

Прочие доходы – 329 тыс.руб.

Налог – 20%

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

Товарооборот- 9293тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 5237 тыс.руб.

Издержки обращения – 912 тыс.руб.

Прочие расходы. – 24 тыс.руб.

Прочие доходы – 32 тыс.руб.

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

Товарооборот- 8392тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 5225 тыс.руб.

Коммерческие расходы – 802 тыс.руб.

Управленческие расходы – 497 тыс.руб.

24. Определить объем валовой прибыли предприятия и прибыли от продаж, на основе следующих данных:

Товарооборот- 10392тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 5005 тыс.руб.

Коммерческие расходы – 1014 тыс.руб.

Управленческие расходы – 907 тыс.руб.

25. Определить объем чистой прибыли на основе следующих данных:

Товарооборот- 593638тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 555312 тыс.руб.

Валовой доход – 38326тыс.руб.

Проценты к получению – 388 тыс.руб.

Проценты к оплате – 1182 тыс.руб.

Прочие доходы – 8891 тыс.руб.

Прочие расходы – 15676 тыс.руб.

Примечание налог на прибыль составляет 20%.

26. Определить рентабельность коммерческой деятельности на основе следующих данных:

Товарооборот- 493638тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 455312 тыс.руб.

Проценты к получению – 288 тыс.руб.

Проценты к оплате – 982 тыс.руб.

Прочие доходы – 3891 тыс.руб.

Прочие расходы – 5676 тыс.руб.

Примечание налог на прибыль составляет 20%.

27. Определить объем чистой прибыли на основе следующих данных:

Товарооборот- 693638тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 605312 тыс.руб.

Прочие доходы – 9891 тыс.руб.

Прочие расходы – 10676 тыс.руб.

Примечание налог на прибыль составляет 20%.

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

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

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

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

32. Определить объем валовой прибыли предприятия, рентабельность хозяйственной деятельности, на основе следующих данных:

Товарооборот- 375676 тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 341479 тыс.руб.

Издержки обращения – 2142 тыс.руб.

Примечание налог на прибыль составляет 20%.

33. Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных:

Товарооборот- 585676 тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 521479 тыс.руб.

Издержки обращения – 842 тыс.руб.

Примечание налог на прибыль составляет 20%.

34. Определить объем валового дохода и чистой прибыли на основе следующих данных:

Товарооборот- 285676 тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 241479 тыс.руб.

Издержки обращения – 742 тыс.руб.

35. Определить объем издержек обращения предприятия на основе следующих показателей:

Товарооборот – 593638 тыс.руб.

Себестоимость - 555312

Валовой доход – 38326 тыс.руб.

Прибыль от продаж – 18326 тыс.руб.

36. Определить объем валовой прибыли предприятия, прибыли от продаж, чистую прибыль на основе следующих данных:

Товарооборот- 355476 тыс.руб.

Себестоимость проданных товаров – 311079 тыс.руб.

Издержки обращения – 944 тыс.руб.

Примечание налог на прибыль составляет 20%.

Тематика курсовых проектов

1. Организация торгового сервиса в сфере розничной торговли и его влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия.
2. Планирование и организация сбыта товаров и сырья на предприятии (по отраслям и сферам применения).

3. Планирование и организация торгово-технологического процесса в розничном торговом предприятии и его результативность.
4. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров предприятиями в условиях рынка.
5. Планирование коммерческой деятельности предприятия на основе учета влияния внешних и внутренних факторов.
6. Послепродажное обслуживание: функции, стратегия и его влияние на имидж предприятия.
7. Сервис и профессиональная этика в процессе обслуживания покупателей предприятием в рыночных условиях.
8. Сервисное обслуживание в торговле и перспективы его развития в современных условиях.
9. Система управления коммерческой деятельностью предприятия, функционирующего на отраслевом рынке.
10. Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности оптового торгового предприятия.
11. Анализ и прогноз развития товарного рынка как необходимое условие эффективной коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
12. Анализ и управление коммерческой деятельностью хозяйственного предприятия (по отраслям и сферам применения) в условиях рынка.
13. Культура обслуживания и ее роль в создании положительного образа предприятия и позиционировании на рынке.
14. Методология исследования коммерческой деятельности предприятий, функционирующих в сфере товарного обращения.
15. Моделирование коммерческой деятельности в оптовых торговых предприятиях по закупке и продаже потребительских товаров.
16. Моделирование товарного ассортимента предприятия и его прогнозная оценка.
17. Организационное и экономическое обеспечение управления коммерческой деятельностью розничной торговой фирмы.
18. Торговый маркетинг, его роль и перспективы развития.
19. Моделирование коммерческой деятельности в оптовых торговых предприятиях по закупке и продаже потребительских товаров.
20. Управление процессами продажи предприятий в условиях конкуренции.
21. Управление процессами товародвижения на рынке.
22. Система управления коммерческой деятельностью оптовых торговых предприятий (различных видов).
23. Современные разработки организационных схем управления предприятием и трудовыми коллективами: отечественный и зарубежный опыт.
24. Управление ассортиментной политикой производственного предприятия в условиях формирующегося товарного рынка.
25. Управление рекламной деятельностью торгового предприятия.
26. Маркетинговое управление торговой организацией.
27. Управление коммерческой деятельностью за рубежом и практика ее использования с учетом особенностей отечественных торговых предприятий.
28. Управление товарными запасами в оптовом торговом предприятии: планирование, структура управления и эффективность.
29. Управление товарооборотом и товарными запасами на предприятии с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
30. Услуги на рынке товаров в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.

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

Таблица 6

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-2 ПК-3 ПК-4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	Знает верно и в полном объеме: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам; основы менеджмента Умеет верно и в полном объеме: - выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя); использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)	Продвинутый
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-2 ПК-3 ПК-4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	Знает с незначительными замечаниями: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам; основы менеджмента Умеет с незначительными замечаниями: выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя); использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)	Повышенный
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ПК-2 ПК-3 ПК-4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	Знает на базовом уровне, с ошибками: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам; основы менеджмента Умеет на базовом уровне, с ошибками: выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя); использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)	Базовый
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»	ПК-2 ПК-3 ПК-4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.4	Не знает на базовом уровне: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам; основы менеджмента Не умеет на базовом уровне: выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя); использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)	Компетенции не сформированы