

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 29.08.2025 14:03:52
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f100a0c999

Приложение 6к 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»**

**Факультет экономики, менеджмента и торговли
Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине Б1.О.22 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

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 2025

Краснодар – 2024 г.

Составитель:

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

Оценочные материалы утверждены на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, протокол № 8 от 18.03.2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине Б1.О.22 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

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

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения	Наименование контролируемых разделов и тем
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ОПК-1.2. Использует принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач	ОПК-1.2. 3-1. Знает принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач ОПК-1.2. У-1. Умеет формулировать и решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной среды, библиографической культуры и математического аппарата	Тема 1. Сущность профессиональной деятельности торгового менеджера. Функциональная сфера торгового менеджера Тема 2. Особенности торгового дела в новых условиях хозяйствования. Исторические формы торговли Тема 7. Товарные склады, устройство, планировка и технологическое оборудование Тема 8. Технология и организация складских операций. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе Тема 12. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей
	ОПК-1.3. Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения прикладных задач с применением базовых экономических моделей.	ОПК-1.3. 3-1. Знает базовые экономические модели, аналитический инструментарий для постановки и решения задач ОПК-1.3. У-1. Умеет применять традиционные инструменты теории экономики, менеджмента и статистики в профессиональной сфере	Тема 1. Сущность профессиональной деятельности торгового менеджера. Функциональная сфера торгового менеджера. Тема 5. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Оптовые предприятия в условиях рыночной экономики Тема 9 Основы организации и технологии товародвижения Тема 11 Устройство и основы технологической планировки магазинов. Основы технологической планировки магазинов
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	ОПК-2.3. Использует современные методы сбора, обработки и анализа данных	ОПК-2.3. 3-1. Знает: основные понятия, методы и приемы теории вероятностей и математической статистики, основные методы математического анализа ОПК-2.3. 3-2. Знает методы анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения ОПК-2.3. 3-3. Знает совре-	Тема 3. Сущность и содержание коммерческой работы в торговле. Риски в коммерческой деятельности и способы их снижения Тема 4. Роль тары и упаковки в рациональной организации торговых процессов Тема 5. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Оптовые предприятия в условиях рыночной экономики

	при решении поставленных экономических и финансовых задач, методы анализа социально-экономических и финансовых показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения	менные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей ОПК-2.3. У-1. Умеет проводить систематизацию и обработку информации торгово-экономического характера из открытых источников и интерпретацию полученных результатов ОПК-2.3. У-2. Умеет использовать методы анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения ОПК-2.3. У-3. Умеет применять математический аппарат и основные методы математического анализа в профессиональной деятельности	Тема 6. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли Тема 10. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения. Тема 11 Устройство и основы технологической планировки магазинов. Основы технологической планировки магазинов
--	---	---	---

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях

Вопросы для проведения опроса обучающихся

Тема 1. Сущность профессиональной деятельности торгового менеджера. Функциональная сфера торгового менеджера.

Индикатор достижения: ОПК-1.2; ОПК-1.3

1. Дайте определение торговому делу
2. Какие требования предъявляются к торговому менеджеру?
3. Что понимают под услугой торговли?
4. Квалификационные характеристики должностей, на которых могут работать специалисты коммерции
5. Составить перечень услуг, предоставляемых торговлей, дать их характеристику
6. Определение основных профессиональных качеств, необходимых для успеха в торговой деятельности
7. Подумайте, какие дисциплины вы могли бы предложить в региональной стандарт. Обоснуйте свое предложение.
8. Чем коммерция отличается от маркетинга? Задачи коммерсанта и маркетолога
9. В чем заключается уникальность профессии «торговый менеджер»?
10. Охарактеризуйте роль современной торговли в жизнедеятельности мирового сообщества
11. Функциональные сферы деятельности и карьера торгового менеджера (коммерсанта).
12. Квалификационная характеристика торгового менеджера (коммерсанта).
13. Личностные и профессиональные требования к торговому менеджеру (коммерсанту).

Тема 2. Особенности торгового дела в новых условиях хозяйствования. Исторические формы торговли

Индикаторы достижения: ОПК-1.2

1. Раскройте связь между торговлей и коммерческой деятельностью?
2. Какую роль играет организация торговой деятельности?
3. Объясните связь организации коммерческой деятельности и менеджмента?
4. Укажите факторы внешней среды, влияющие на развитие торгового предприятия.
5. От каких факторов внутренней среды торгового предприятия зависит уровень его коммерческой деятельности?
6. Каковы задачи анализа информации о внешней и внутренней среде торгового предприятия для принятия коммерческих решений?
7. Объясните, какова миссия коммерческой деятельности в функционировании торгового предприятия при рыночных отношениях?
8. Каковы цели и признаки коммерческой стратегии торгового предприятия в условиях формирующего и развитого рынка?
9. Назовите свойства и характеристики коммерческой деятельности как системы?
10. Назовите важные даты развития торговли на Руси, в СССР, в России?
11. Охарактеризуйте основные этапы развития торгового дела как науки в России.
12. Назовите родину современного торгового дела
13. Охарактеризуйте основной принцип организации торгового предпринимательства?
14. Основные этапы в развитии торгового дела как науки в России

Тема 3. Сущность и содержание коммерческой работы в торговле. Риски в коммерческой деятельности и способы их снижения

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

1. Организационная структура управления торговым предприятием и функции его подразделений.
2. Какие виды процессов и операций осуществляются в торговле?
3. Дайте определение риска, как вы его понимаете? Перечислите основные виды рисков и охарактеризуйте.
4. Охарактеризуйте основные пути снижения риска, укажите их достоинства и недостатки
5. Понятие предприятия, основные признаки классификации
6. Задачи и принципы коммерческой деятельности. Основные пути совершенствования коммерческой деятельности.
9. Основные этапы коммерческой работы на предприятии Организация малого бизнеса в торговле
10. Организационные объединения, их особенности функционирования
11. Основные признаки торговых предприятий, их классификация и функции Торговое предприятие: экономическая сущность, функции
12. Правовое регулирование торговли.
13. Технология: понятие, процесс
14. Объекты коммерческой деятельности

Тема 4. Роль тары и упаковки в рациональной организации торговых процессов

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

1. Дайте понятие тары, упаковки и многооборотных средств упаковки.
2. Какую роль играет тара и упаковка в торгово-технологическом процессе?
3. Обоснуйте требования, предъявляемые к таре и упаковке.
4. По каким основным признакам принято классифицировать тару ?
5. Что понимают под стандартизацией и унификацией тары.

6. Какие прогрессивные технологии применяются при перевозке товаров, в чем их преимущество и условия их применения?
7. Что означает понятие «упаковки» и «тары», в чем состоит отличие между ними?
8. Какие операции с тарой выполняются в процессе ее обращения?

Тема 5. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Оптовые предприятия в условиях рыночной экономики

Индикаторы достижения: ОПК-1.3; ОПК-2.3

1. Социально-экономическая сущность оптовой торговли: структура, классификационные признаки.
2. Значение маркетинга оптовой торговли: цели, задачи, принципы и функции.
3. Формы и технология оптовой продажи товаров. Оптовые торговые услуги.
4. Виды торговых сделок. Договор купли-продажи. Договоры комиссии, консигнации, мены и бартера.
5. Маркетинговые решения оптовых торговых предприятий об ассортименте, цене товара, стимулировании продажи.
6. Система хозяйственных связей оптового предприятия и принципы её формирования.
7. Условия эффективности системы хозяйственных связей.
8. Договор как форма закрепления, реализации и регулирования хозяйственных связей, его функции.
9. Виды договоров, сфера их применения, особенности заключения и реализации
10. Необходимость и функции оптовой торговли в народном хозяйстве
11. Организационная структура оптового предприятия.
12. Укажите роль и задачи оптовой торговли в современных условиях
13. Раскройте цели и коммерческие функции оптового торгового предприятия, оказывающего полный набор услуг
14. Формы и технология оптовой продажи товаров. Оптовые торговые услуги.
15. Какие Вы знаете формы и методы оптовой торговли?

Тема 6. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

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

Тема 7. Товарные склады, устройство, планировка и технологическое оборудование

Индикаторы достижения: ОПК-1.2;

1. Какие функции выполняют склады оптовых предприятий торговли?
2. Каковы признаки, по которым классифицируются склады? Специализация и типизация складов
3. Каково содержание складских операций, при разгрузке товаров, какие факторы определяют их количество и технологию выполнения?
4. Чем обусловлена необходимость строительства складов при организации товародвижения?
5. Классификация и функции складов.
6. Расчет показателей экстенсивной, интенсивной и эффективной работы склада.
7. Характеристика оборудования для хранения материалов. Расчет площади склада.
8. Характеристика подъемно-транспортного оборудования в складском хозяйстве и определение потребности в нем.
9. Основные виды работ на складе готовой продукции.
10. Виды складских помещений.

Тема 8. Технология и организация складских операций. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе.

Индикаторы достижения: ОПК-1.2;

1. Основные технологические требования, предъявляемые к устройству и планировке складов.
2. Назовите в логической последовательности операции складского технологического процесса.
3. Определите логический порядок проведения операций по поступлению и приемке товаров на складе в случаях: $\frac{3}{4}$ если товары поступили в железнодорожных вагонах; $\frac{3}{4}$ в железнодорожных контейнерах; $\frac{3}{4}$ автомобильным транспортом.
4. Каков порядок приемки товаров по количеству (по качеству) на складе, ее документального оформления?
5. Торгово-технологический процесс на складе: понятие, назначение, содержание, принципы его организации
6. Технология разгрузки транспортных средств и внутрискладского перемещения грузов.
7. Технология приемки товаров на складе (по количеству).
8. Технология приемки товаров на складе (по качеству).
9. Требования нормативных документов по приёмке товаров
10. Какие выполняются технологические операции по хранению товаров на складах, и какие главные факторы следует учитывать при рациональной их организации?
11. Технология процессов комплектования партий товаров и отправки их потребителям.
12. Какие возможны варианты технологии отпуска товаров со склада, условия применения каждого из них?
13. Какие методы оптовой продажи со склада осуществляются в оптовых торговых предприятиях
14. Что обозначает понятие «складской технологический процесс», какие основные операции выполняются в ходе этого процесса?
15. Каков порядок приемки товаров по количеству и качеству на складе?
16. Какие выполняются технологические операции по хранению товаров на складах, и какие главные факторы следует учитывать при рациональной их организации?
17. Характеристика систем складирования и структура складского хозяйства.
18. Порядок проведения инвентаризации материальных ресурсов.

Тема 9 Основы организации и технологии товародвижения

Индикаторы достижения: ОПК-1.3;

1. Понятие и сущность товародвижения, его принципы и формы.
2. Каковы формы товародвижения и их сущность
3. Условия и принципы рационального построения процесса товародвижения.
4. Каналы распределения, их выбор.
5. Элементы товародвижения и их характеристика: доставка, приёмка, размещение, хранение, оформление и подготовка заказа к отгрузке, доставка грузов потребителю.
6. Какое влияние оказывают на организацию процесса товародвижения размещение предприятий промышленности и сельского хозяйства и их специализация?
7. Охарактеризуйте технологическую цепь процесса товародвижения.
8. Каковы условия применения транзитной формы товародвижения?
9. Каковы условия применения складской формы товародвижения?
10. Понятие и сущность процесса товародвижения. Факторы, влияющие на процесс товародвижения.
11. Содержание процесса товародвижения. Организационно-коммерческая сторона процесса товародвижения и ее характеристика.
12. Технологическая цепь процесса товародвижения и ее характеристика.

Тема 10. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения.

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

1. В чем проявляется роль и состоит значение розничной торговли для экономики России?
2. Охарактеризуйте основные тенденции в развитии розничной торговли
3. Какими признаками характеризуются форматы магазинов?
4. Охарактеризуйте специфику торговых сетей как современного формата розничной торговли
5. Раскройте основные особенности организации коммерческой деятельности на предприятиях розничной торговли
6. Основные тенденции мировой розничной торговли.
7. Характеристика розничных торговых предприятий в России и за рубежом.
8. Основные признаки, по которым принято классифицировать розничные торговые предприятия.
9. Характеристика розничных торговых предприятий по их видам и особенностям устройства.
10. Чем розничная торговля отличается от оптовой?
11. Какими видами торговых предприятий представлена стационарная торговая сеть?
12. Дайте характеристику разносной и развозной торговой сети.
13. Какие виды внемагазинной торговли вы знаете
14. Равнозначны ли понятия «торговое предприятие» и «магазин»?
15. Чем молл отличается от торгового центра?
16. Равнозначны ли понятия «дом торговли» и «торговый дом»?
17. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных интегрированных структур.
18. Что такое специализация магазинов?
19. Чем отличаются универсальные магазины от магазинов со смешанным ассортиментом?
20. Какими видами торговых предприятий представлена мелкорозничная сеть.
21. Чем торговый комплекс отличается от торгового объединения?
22. В универсальном или специализированном магазине ассортимент глубже?

Тема 11 Устройство и основы технологической планировки магазинов. Основы технологической планировки магазинов

Индикаторы достижения: ОПК-1.3; ОПК-2.3

1. Требования к устройству магазинов. Состав, планировка торгового зала магазина и взаимосвязь помещений магазина.
2. Какие помещения относятся к торговым, какие — к неторговым?

3. Из каких зон состоит торговый зал?
4. Укажите особенности расчета коэффициента экспозиционной площади в отличие от коэффициента установочной площади?
5. Назовите особенности группировки товаров по отделам, комплексам, товарным категориям.
6. Перечислите и охарактеризуйте способы расстановки оборудования в торговом зале.
7. Почему систему «вход-выход» в магазине прямоугольной формы целесообразно размещать с правой, а не с левой фасадной стороны? Какие требования предъявляются к размещению зоны входа-выхода в магазинах?
8. Укажите показатели эффективности планировки торгового зала.
9. Назовите основные признаки классификации торговых зданий и сооружений. Дайте характеристику отдельных видов зданий и сооружений.
10. Сформулируйте основные требования к торговым зданиям и сооружениям.
11. На какие группы подразделяются помещения, входящие в состав магазина?
12. Что входит в состав торговых помещений магазина?
13. Охарактеризуйте основные группы неторговых помещений.
14. Каким основным требованиям должны отвечать устройство, конфигурация и планировка торгового зала магазина?
15. Что включает в себя установочная площадь магазина? С помощью какого показателя рассчитывается эффективность использования торговой площади под установку оборудования?
16. Как исчисляется экспозиционная площадь магазина? Какой показатель характеризует степень использования площади торгового зала под выкладку товаров?
17. Что включает в себя площадь контрольно-кассового узла магазина?
18. Перечислите основные признаки классификации мебели для торговых предприятий.
19. Охарактеризуйте инвентарь для торговых залов магазинов.
20. Дайте характеристику холодильному оборудованию магазинов.
21. Назовите признаки классификации весов.
23. Какие основные группы помещений магазина и какая между ними функциональная связь?
24. Какие требования предъявляются к объемно-планировочным решениям магазина?
25. Какие есть виды технологических планировок торговых залов магазинов и когда они применяются?
26. Какие основные требования предъявляются к размещению и оборудованию неторговых помещений?
27. Что такое имидж магазина и чем он определяется?

Тема 12. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей

Индикаторы достижения: ОПК-1.2

1. Что вы понимаете под торгово-технологическим процессом магазина?
2. В чем заключается сущность, требования и правила мерчандайзинга.
3. Формы розничной продажи товаров, их достоинства и недостатки
4. Выделите особенности мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов.
5. Назовите отличия мерчандайзинга от традиционных технологий продаж.
6. Изучите функции мерчандайзинга в области продвижения товаров в розничной торговле.
7. Содержание операций розничной продажи товаров и торгового обслуживания покупателей
8. Структура аппарата и основные категории работников магазина, их функции.
9. Назовите основные задачи организации управления торгово-технологическим процессом в магазине.
10. Что означает разделение труда работников магазина и его кооперация?

11. Назовите основные категории работников магазина и их функции.
12. Для чего разрабатываются графики выхода на работу работников магазина? Какие применяются виды графиков выхода на работу и при каких условиях?
13. Что понимается под условиями труда в магазине и какое влияние они оказывают на работников?
14. На кого возлагается работа по приемке товаров в магазинах по количеству и качеству?
15. Какими являются требования, факторы и особенности организации процессов хранения товаров в магазинах?
16. Объясните суть терминов \"размещения товаров\" выкладка товаров. Раскройте их взаимосвязь и принципы эффективной организации.
17. Раскройте целесообразность выполнения операций предварительной подготовки товаров к продаже. Какие работы относятся к группам общих и специфических операций подготовки товаров к продаже?
18. Какой метод розничной продажи является и наиболее трудоемким?
19. Этапы торгово-технологического процесса в магазине.
20. Раскройте основные торгово-технологические процессы на предприятиях розничной торговли
21. Укажите особенности прямых и дистанционных продаж.
22. Раскройте значение термина «правило золотого треугольника».

Критерии оценки:

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

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

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

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

Задания для текущего контроля

Тестовые задания:

Тема 1. Сущность профессиональной деятельности торгового менеджера. Функциональная сфера торгового менеджера.

Индикаторы достижения: ОПК-1.2; ОПК-1.3

1. Торговый менеджер— это:

- а) специалист по бухгалтерскому учёту, работающий по системе учёта в соответствии с действующим законодательством;
- б) специалист в сфере торговли, это человек, деятельность которого связана с получением денежной прибыли.
- в) специалист по консультированию различных проектов
- г) специалист по управлению кадрами
- д) специалист в области человеческих взаимоотношений
- е) специалист по организации процессов, связанных с куплей-продажей, обменом и продвижением товаров от производителей к потребителям с целью удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли.
- ж) универсальный специалист в сфере торговли, от которого зависит эффективность и прибыль компании

2. Основная задача из сферы деятельности торгового менеджера (коммерсанта):

- а) аналитика.

- б) общение с клиентом.
- в) продажи
- г) учет.

3. В чем актуальность изучения курса Торговое дело:

- а) в формировании у обучающихся общих представлений о выбранной специальности;
- б) в осознании интереса к будущей профессии.
- в) в подготовке специалиста по бухгалтерскому учёту, работающему по системе учёта в соответствии с действующим законодательством;
- г) показать место и роль современных специалистов в области коммерции в экономических процессах национального и международного рынка;
- д) ознакомить студентов с основными направлениями организации и развития современного учебного процесса в вузе;
- е) научить обучающихся юридической грамотности по ведению домашнего хозяйства и строительства

4. Отметьте общие черты между предпринимателем и коммерсантом:

- а) коммерсант воспринимает свой район сбыта так же, как предприниматель свою фирму.
- б) стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки, учитывая перспективу.
- в) степень принятия рисков.

5. Выделите основные виды профессиональной деятельности торгового менеджера согласно стандарту:

- а) консультативная деятельность
- б) торгово-технологическая деятельность;
- в) экспертная деятельность
- г) организационно-управленческая деятельность;
- д) научно-исследовательская деятельность;
- е) проектная деятельность;
- ж) логистическая деятельность;
- з) учетная деятельность

6. Какими личностными качествами должен обладать торговый менеджер:

- а) самообладание,
- б) хорошая память,
- в) развитая интуиция
- г) коммуникабельность
- д) ответственность
- е) способным аналитически мыслить

7. Какие черты характера свойственны торговому менеджеру (коммерсанту):

- а) умение управлять собой,
- б) организаторские качества,
- в) умение анализировать информацию,
- г) инициативность,
- д) логическое мышление

8. Какие свои психологические ресурсы торговый менеджер должен задействовать в процессе работы с возражениями?

- а) терпение.
- б) напористость.
- в) красноречие.

9. Задачи торгового менеджера:

- а) следить за анализом рынка с целью определения, какой товар продавать в данный момент наиболее выгодно;

- б) отчитываться перед государственными органами и собственниками компании, а также вовремя и правильно оплачивать государственные налоги;
- в) оказание посреднических услуг при покупке или продаже различных товаров.
- г) осуществлять оптовую или розничную реализацию товара с целью получения прибыли;
- д) поиск выгодных поставщиков товара и закупка товара для его последующей реализации;
- е) следить за финансовым состоянием предприятия
- ж) все вышеперечисленные ответы верны.

10. 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

11. Какие три составляющие играют для торгового менеджера решающую роль при анализе ситуации на рынке?

- а) клиент, продавец, продукт/товар.
- б) структура сегмента рынка, оценка ситуации в нем с учетом продаваемого продукта, определение регионального сегмента с географической точки зрения.
- в) цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.

12. Что наиболее важно торговому менеджеру при анализе ситуации на рынке?

- а) клиенты, свой продукт, конкуренты.
- б) сегментация рынка, SWOT-анализ, ABC анализ.
- в) цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.
- г) соотношение цены и количества предоставляемых услуг
- д) соображения лояльности

13. Лицо, занимающееся организацией купли-продажи товаров и услуг и консультационной деятельностью, связанной с потребительной ценностью продукции, называется:

- а) экономист;
- б) аудитор;
- в) главный бухгалтер;
- г) коммерсант
- д) менеджер по персоналу.

14. Объектами профессиональной деятельности бакалавров направления «Торговое дело» не являются:

- а) службы управления персоналом государственных и муниципальных органов управления;
- б) службы занятости и социальной защиты населения регионов и городов и кадровые агентства;
- в) службы управления персоналом организаций любой организационно-правовой формы;
- г) планово-финансовые службы.

15. Виды профессиональной деятельности бакалавра включают...

- а) организационно-управленческую и экономическую, информационно-аналитическую, социально-психологическую;
- б) организационно-управленческую и экономическую, информационно-аналитическую, социально-психологическую, проектную;
- в) организационно-управленческую и экономическую,
- г) организационно-управленческую и экономическую, информационно-аналитическую.

Тема 2. Особенности торгового дела в новых условиях хозяйствования. Исторические формы торговли

Индикаторы достижения: ОПК-1.2

1. *В чем отличия предпринимательства от коммерции:*

- а) нет отличий;
- б) предпринимательство представляет собой организационно – производственную деятельность;
- в) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства.

2. *В торговле осуществляются процессы:*

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

3. *К коммерческим процессам относятся:*

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

4. *Коммерческая деятельность – это: (укажите лишнее)*

- а) купля-продажа товаров;
- б) удовлетворение спроса потребителей;
- в) получение прибыли;
- г) исследование рынка.

5. *Коммерческая деятельность торгового предприятия опирается на комплекс наук: (укажите лишнее)*

- а) экономика;
- б) философия;
- в) маркетинг;
- г) право;
- д) менеджмент.

6. *Развитие коммерческой деятельности торгового предприятия зависит от обеспеченности его:*

- а) денежными ресурсами;
- б) товарно-материальными ресурсами;
- в) материально-технической базой;
- г) инвестициями;
- д) информационными системами;
- е) все ответы верны.

7. *Цель, которую преследуют коммерческие организации на рынке:*

- а) Увеличение объёмов продаж;
- б) Максимально возможное снижение расходов;
- в) Получение прибыли в результате своей деятельности

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.

9. *Основным принципом коммерческой деятельности является:*

- а) удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах,
- б) соблюдение действующего законодательства,
- в) рекламно-информационное обеспечение,

- г) обобщение информации о конъюнктуре рынка.
10. К *коммерческим процессам* относят:
- а) транспортирование и хранение товаров,
 - б) изучение и прогнозирование спроса,
 - в) приемку товаров и ее документальное оформление,
 - г) оказание дополнительных услуг,
 - д) упаковку и расфасовку товаров.
11. К *технологическим процессам в коммерции* относят:
- а) оказание услуг,
 - б) упаковку и расфасовку товаров,
 - в) доставку товаров,
 - г) изучение спроса покупателей,
 - д) формирование ассортимента товаров.
12. *Функциями коммерческой деятельности* являются:
- а) формирование ассортимента товаров,
 - б) заключение договоров с клиентами,
 - в) реализация произведенной потребительской стоимости товаров,
 - г) доведение предметов потребления до потребителей,
 - д) организационное оформление рыночных отношений.
13. *Структура коммерческой службы предприятия* зависит:
- а) от основного вида деятельности предприятия,
 - б) от вида реализуемой продукции,
 - в) от организационно-правовой формы.
 - г) от размера предприятия.
14. *Последовательность этапов осуществления коммерческой деятельности*:
- а) выбор наиболее предпочтительных партнеров,
 - б) информационное обеспечение,
 - в) установление договорных отношений,
 - г) определение потребности в товарах.
15. *Базисом коммерческой деятельности* являются:
- а) коммерческие сделки,
 - б) материально-техническая база,
 - в) контрактные обязательства,
 - г) торговые предприятия.
16. *Последовательность факторов, определяющих стратегию коммерческой деятельности предприятия*:
- а) мобилизационные возможности предприятия,
 - б) условия внешней среды,
 - в) цели и задачи торгового предприятия,
 - г) организационно-управленческая структура,
 - д) показатели рынка товаров.
17. *Объектами коммерческой деятельности* являются:
- а) страховые компании,
 - б) товары,
 - в) услуги,
 - г) торговые дома,
 - д) ярмарки.
 - е) информация,
 - ж) рабочая сила,
 - з) ценные бумаги,
 - и) интеллектуальная собственность.

Тема 3. Сущность и содержание коммерческой работы в торговле. Риски в коммерческой деятельности и способы их снижения

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

1. *Коммерческая деятельность – это: (укажите лишнее)*
 - а) купля-продажа товаров;
 - б) удовлетворение спроса потребителей;
 - в) получение прибыли;
 - г) исследование рынка.
2. *К коммерческим организациям не относятся:*
 - а) хозяйственные товарищества и общества;
 - б) производственные кооперативы;
 - в) потребительские кооперативы;
 - г) государственные унитарные предприятия.
3. *Основные методы государственного регулирования товарного обращения:*
 - а) планирование хозяйственной деятельности участников рыночного оборота
 - б) регулирование торговой практики
 - в) финансово-экономическое воздействие на участников рынка
 - г) правовое регулирование хозяйственной деятельности
4. *Цель, которую преследуют коммерческие организации на рынке*
 - а) увеличение объёмов продаж;
 - б) максимально возможное снижение расходов;
 - в) получение прибыли в результате своей деятельности.
5. *Управление запасами, упаковка, хранение, фасовка называется*
 - а) чистым торговым процессом;
 - б) технологическим процессом в торговле;
 - в) оба ответа верны.
6. *Какая категория является наиболее рискованной для компании с точки зрения вероятного мошенничества и нарушения безопасности?*
 - A. Сотрудники
 - B. Хакеры
 - C. Атакующие
 - D. Контрагенты (лица, работающие по договору)
7. *Когда целесообразно не предпринимать никаких действий в отношении выявленных рисков?*
 - A. Никогда. Для обеспечения хорошей безопасности нужно учитывать и снижать все риски
 - B. Когда риски не могут быть приняты во внимание по политическим соображениям
 - C. Когда необходимые защитные меры слишком сложны
 - D. Когда стоимость контрмер превышает ценность актива и потенциальные потери
8. *Что такое политики безопасности?*
 - A. Пошаговые инструкции по выполнению задач безопасности
 - B. Общие руководящие требования по достижению определенного уровня безопасности
 - C. Широкие, высокоуровневые заявления руководства
 - D. Детализированные документы по обработке инцидентов безопасности
9. *Что является наилучшим описанием количественного анализа рисков?*
 - A. Анализ, основанный на сценариях, предназначенный для выявления различных угроз безопасности
 - B. Метод, используемый для точной оценки потенциальных потерь, вероятности потерь и рисков
 - C. Метод, сопоставляющий денежное значение с каждым компонентом оценки рисков
 - D. Метод, основанный на суждениях и интуиции

10. *Возможное понесение ущерба или убытков вследствие осуществления коммерческой деятельности*
А.ущерб
Б.риск
В.товарные потери
Г.правильного ответа нет
11. *Факторы под воздействием которых может возникнуть риск:*
А.политические, социальные
Б.экономические, законодательные
В.экономические, социальные
Г. внешние и внутренние
12. *Страхование рисков от неблагоприятных изменений цен по контрактам и коммерческим операциям, предусматривающим поставки товаров в будущем –*
А. приостановка коммерческой деятельности
Б. получение кредита
В.хеджирование
Г.все, что указано в п.А.Б.
13. *Классификация риска в зависимости от возможного результата:*
А.чистые и спекулятивные
Б.политические и экономические
В.хозяйственные и не зависящие от хозяйственной деятельности предприятия
Г.все, что указано в п.Б.В.
14. *Риск - это:*
а) неблагоприятное событие, влекущее за собой убыток;
б) все предпосылки, имеющие возможность негативно повлиять на достижение стратегических целей в течение строго определенного временного промежутка;
в) вероятность наступления стихийных бедствий либо технических аварий;
г) вероятность провала программы продаж;
д) вероятность успеха в бизнесе.
15. *Управление риском - это:*
а) отказ от рискованного проекта;
б) комплекс мер, направленных на снижение вероятности реализации риска;
в) комплекс мер, направленных на компенсацию, снижение, перенесение, уход или принятие риска;
г) комплекс мероприятий, направленных на подготовку к реализации риска.
16. *К основным видам риска относят:*
а) коммерческий
б) материальный
в) трудовой
17. *К методам оценки уровня риска относятся:*
а) экономические методы
б) организационные методы
в) статистические методы
18. *Что относится к факторам внешнего характера?*
а)потеря товара от небрежности работников торгового предприятия
б) демографические
в)вероятность нечестности служащих
19. *Потери от риска разделяют на:*
а)рыночные
б) трудовые
в) потери времени
20. *Что относится к факторам внутреннего характера?*

- а) вынужденный ремонт помещений вследствие аварийных ситуаций
- б) экономическая обстановка в стране в целом
- в) конъюнктура рынков, на которых работает предприятие

Тема 4. Роль тары и упаковки в рациональной организации торговых процессов

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

1. Основные функции тары и упаковки:

- а) хранение и защита товаров, информативность и эстетичность;
- б) создание условий для механизации и автоматизации погрузочно-разгрузочных работ;
- в) средство для выкладки и размещения в торговом зале;
- г) все вышеперечисленные функции

2. Унификация тары:

- а) предусматривает использование в различных видах тары деталей, одинаковых по размерам, форме, конструкции, креплению;
- б) представляет отбор из всего многообразия тары наиболее совершенных типов;
- в) представляет систему мер, направленную на приведение к единообразию технических характеристик упаковки, ее документации и сред общения;
- г) это разработка стандартов, в которых предусмотрены требования к типам, размерам, материалам, конструкции, качеству тары

3. Под упаковкой следует понимать:

- а) средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции;
- б) средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, окружающей среды;
- в) средство или комплекс средств, обеспечивающих процесс обращения;
- г) средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, окружающей среды, загрязнений, а так же обеспечивающих процесс обращения.

4. В процессе товарного обращения выделяют виды тары:

- а) качественную
- б) внешнюю (транспортную)
- в) стандартную
- г) внутреннюю (потребительскую)

5. По каким признакам классифицируют тару и упаковку?

- а) по функциональному назначению, принадлежности, кратности использования, материалу изготовления, конструкции, устойчивости к внешним воздействиям;
- б) по функциональному назначению, принадлежности, кратности использования, материалу изготовления, конструкции, устойчивости к внешним воздействиям, герметичности;
- в) по функциональному назначению, принадлежности, кратности использования, материалу изготовления, конструкции, устойчивости к внешним воздействиям, герметичности, размеру, предприятиям-изготовителям;
- г) по функциональному назначению, кратности использования, материалу изготовления, конструкции, герметичности

6. По конструктивным особенностям тара бывает:

- а) жесткая, полужесткая, мягкая, герметичная и негерметичная;
- б) неразборная и разборная;
- в) складная и разборно-складная;
- г) неразборная, разборная, складная и разборно-складная.

7. По функциональному назначению тара бывает:

- а) залоговая и инвентарная;
- б) транспортная и потребительская;
- в) однооборотная и многооборотная;

- г) герметичная и негерметичная.
8. По принадлежности тара бывает:
- а) залоговая и инвентарная;
 - б) транспортная и потребительская;
 - в) однооборотная и многооборотная;
 - г) герметичная и негерметичная.
9. По кратности использования тара бывает:
- а) залоговая и инвентарная;
 - б) транспортная и потребительская;
 - в) однооборотная и многооборотная;
 - г) герметичная и негерметичная.
10. Виды тары, выделяемые в зависимости от функций, выполняемых в процессе товародвижения
- а) транспортная
 - б) многооборотная
 - в) потребительская
 - г) универсальная
 - д) производственная
 - е) специализированная
11. Какая тара распространена в обращении
- а) текстильная
 - б) деревянная
 - в) стеклянная
 - г) картонная
12. Оболочка это разные варианты упаковки, которые включают в себя слои:
- а) внутренняя упаковка;
 - б) внутренняя упаковка, внешняя упаковка;
 - в) внутренняя упаковка, транспортная упаковка;
 - г) внешняя упаковка, транспортная упаковка.
13. Единый модуль - международный плоский поддон размером 800х 1200мм- принят для унификации:
- а) тары
 - б) транспортных средств
 - в) средств механизации погрузочно - разгрузочных работ
 - г) оборудования для хранения грузов
 - д) площади магазинов
 - е) площади складских помещений
 - ж) типоразмеров торгового предприятия
14. Модулем унификации для транспортной тары принят международный плоский поддон размером:
- а) 800X1100 мм;
 - б) 900X1200 мм;
 - в) 800X1200 мм;
 - г) 900X1300 мм.
15. Какая тара подлежит возврату?
- а) разовая тара
 - б) многооборотная тара
 - в) тара-оборудование
16. В процессе обращения обязательному возврату подлежит:
- а) тара-оборудование
 - б) многооборотная тара
 - в) разовая тара

г) деревянная тара

17. В процессе товарного обращения выделяют виды тары:

- а) качественную
- б) внешнюю (транспортную)
- в) стандартную
- г) внутреннюю (потребительскую)

Тема 5. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Оптовые предприятия в условиях рыночной экономики

Индикаторы достижения: ОПК-1.3; ОПК-2.3

1. Основная причина существования оптовой торговли как промежуточного звена между производителем и торговой точкой, заключается в том, что она:

- а) увеличивает эффективность распределения продуктов
- б) способствует росту продаж фирмы-производителя
- в) способствует росту продаж розничных торговцев
- г) берет на себя ответственность за транспортировку грузов от производителя до розничного торговца

2. Функции предприятий оптовой торговли:

- а) кредитование товаропроизводителей;
- б) определение спроса и предложения на конкретные виды товаров;
- в) формирование рационального товарного ассортимента;
- г) содействие кооперированию предприятий и загрузке их свободных мощностей.

3. Услуги, оказываемые предприятиями оптовой торговли:

- а) технологические;
- б) информационно-консультативные;
- в) дизайнерские;
- г) учетно-статистические.

4. Оптовая торговля – это:

- а) торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием
- б) процесс обращения объектов собственности посредством возмездных договоров
- в) торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью
- г) сфера обмена товарами или группами товаров и услугами между товаровладельцами

5. Оптовая продажа предполагает осуществление следующих операций:

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

6. Оптовые структуры регионального уровня должны обеспечивать:

- а) оптовый оборот крупных партий товаров
- б) товарами региональные товарные рынки
- в) типовое и видовое разнообразие оптовых структур на региональном уровне
- г) оптовый оборот посреднических оптовых структур

7. Типы оптовых структур:

- а) общенациональные и региональные
- б) коммерческие и государственные
- в) общенациональные и федеральные
- г) региональные и районные

9. Классификация оптовых предприятий по роли в процессе товародвижения

- а) универсальные, специализированные;
- б) выходные, торгово-закупочные, торговые;

- в) федеральные, межобластные, областные, межрайонные, районные, городские;
- г) государственные, муниципальные, кооперативные, акционерные, частные, ведомственные и др.

9. *Классификации оптовых предприятий по зоне деятельности:*

- а) универсальные, специализированные;
- б) выходные, торгово-закупочные, торговые;
- в) федеральные, межобластные, областные, межрайонные, районные, городские;
- г) государственные, муниципальные, кооперативные, акционерные, частные, ведомственные и др.

10. *Оптовая торговля – это:*

- а) форма отношений между предприятиями, при которой хозяйственные связи по поставкам продукции формируются сторонами самостоятельно;
- б) деятельность по продаже товаров и услуг тем, кто приобретает их в целях дальнейшего использования или перепродажи;
- в) деятельность по продаже товаров больших объемов для удовлетворения личных потребностей;
- г) деятельность по накоплению массы товаров отечественного и зарубежного производства и ее перемещению

11. *Под оптовой торговлей понимается:*

- а) продажа товаров для личного потребления или домашнего использования;
- б) деятельность по продаже товаров розничным торговцам, промышленным, коммерческим, профессиональным пользователям или другим оптовым торговцам;
- в) продажа товаров другим оптовым или розничным торговцам;
- г) продажа товаров для личного потребления или домашнего использования, другим оптовым или розничным торговцам.

12. *Основная причина существования оптовой торговли как промежуточного звена между производителем и торговой точкой, заключается в том, что она:*

- а) увеличивает эффективность распределения продуктов
- б) способствует росту продаж фирмы-производителя
- в) способствует росту продаж розничных торговцев
- г) берет на себя ответственность за транспортировку грузов от производителя до розничного торговца

13. *Необходимость оптовой торговли определяется:*

- а) основными и дополнительными факторами
- б) экономическими, социальными и экологическими факторами
- в) социально-культурными, информационными и экологическими факторами
- г) производственными, транспортными и торговыми факторами

14. *Суть «теории ненужности оптовых торговцев» состоит в необходимости:*

- а) существования «тонких» и длинных каналов распределения;
- б) расширения и укорачивания каналов распределения;
- в) сокращения масштабов оптовой торговли;
- г) существования длинных и «толстых» каналов распределения.

15. *Задачи оптовой торговли:*

- а) создание развитой структуры каналов товародвижения
- б) поддержание должной интенсивности товаропотоков
- в) формирование резервных источников финансового обеспечения процесса товародвижения и совокупных издержек обращения
- г) все вышеперечисленные

16. *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

Тема 6. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

1. Назовите типы торговых посредников, выступающих в каналах распределения от своего имени:

- а) дилер, дистрибьютор;
- б) дилер, консигнатор;
- в) дистрибьютор, агент, брокер;
- г) комиссионер, агент, брокер.

2. Агенты – это посредники...

- а) проводящие все операции от своего имени и за собственный счет;
- б) проводящие все операции за свой собственный счет, но от имени компании-производителя;
- в) совершающие различные операции по сбыту продукции от своего имени за счет компании-производителя;
- г) совершающие различные операции по сбыту продукции от имени и за счет компании-производителя.

3. Комиссионеры – это, как правило, оптовые посредники...

- а) проводящие все операции от своего имени и за собственный счет;
- б) проводящие все операции за свой собственный счет, но от имени компании-производителя;
- в) совершающие различные операции по сбыту продукции от своего имени за счет компании-производителя;
- г) совершающие различные операции по сбыту продукции от имени и за счет компании-производителя.

4. Дистрибьюторы – это, как правило, оптовые посредники...

- а) проводящие все операции от своего имени и за собственный счет;
- б) проводящие все операции за свой собственный счет, но от имени компании-производителя;
- в) совершающие различные операции по сбыту продукции от своего имени за счет компании-производителя;
- г) совершающие различные операции по сбыту продукции от имени и за счет компании-производителя.

5. Дилеры – это, как правило, оптовые посредники...

- а) проводящие все операции от своего имени и за собственный счет;
- б) проводящие все операции за свой собственный счет, но от имени компании-производителя;
- в) совершающие различные операции по сбыту продукции от своего имени за счет компании-производителя;
- г) совершающие различные операции по сбыту продукции от имени и за счет компании-производителя.

6. Коммерческий агент – это:

- а) посредник при заключении биржевых соглашений, который действует по поручению и за счет клиентов;
- б) независимый оптовый посредник, который торгует от своего имени, имеет право собственности на товар;
- в) независимый предприниматель, имеющий дело с закупкой транспортных средств от своего имени и за свой счет, организует их сбыт;
- г) посредник, который действует от имени, в интересах, под контролем и за счет

субъекта, которого он представляет.

7. *Концептуальные основы формирования инфраструктуры оптовой торговли предусматривают наличие следующих основных типов оптовых организаций:*

1. оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба, оптовые предприятия областного значения, оптовые предприятия местного (районного) значения;
2. оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба, оптовые предприятия регионального масштаба;
3. оптовые предприятия регионального масштаба;
4. оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба, оптовые предприятия областного значения, оптовые предприятия регионального масштаба, оптовые предприятия местного (районного) значения.

8. *Перечислить оптовые структуры, имеющие место на Российском рынке.*

1. организаторы оптового оборота, не работающие с товаром, но оказывающие услуги по организации оптового оборота;
2. предприятия оптовой торговли, осуществляющие полный комплект закупочно-сбытовых операций с переходом права собственности к оптовому звену;
3. оптовые посреднические структуры, не использующие в своей деятельности, как правило, перехода к ним права собственности на товар;
4. все вышеперечисленные.

9. *Организаторы оптового оборота – это:*

1. независимые оптовые предприятия-купцы, оказывающие полный комплекс закупочно-сбытовых операций;
2. организации не работающие с товаром, но оказывающие услуги по организации оптового оборота (ярмарки, товарные биржи, аукционы, оптовые продовольственные рынки и др.);
3. посреднические оптовые структуры, не пользующиеся в своей деятельности, как правило, правом перехода собственности на товар (предприятия брокеры, торговые агенты, комиссионеры и т.п.);
4. все вышеперечисленные.

10. *К организаторам оптового оборота относят:*

- а) товарные оптовые ярмарки, аукционы, оптовые и мелкооптовые рынки;
- б) брокеров, дистрибьюторов, агентов, дилеров;
- в) склады оптовиков, магазины-склады;
- г) оптовые предприятия национального, регионального и местного уровней

11. *Продавец на оптовом продовольственном рынке (ОПР) обязан:*

- а) придерживаться правил внутреннего распорядка работы оптового рынка;
- б) обобщать информацию о ходе оптовых торгов на ОПР и обеспечивать ею органы государственного управления;
- в) устанавливать размер и порядок взимания сборов за услуги на ОПР;
- г) устанавливать и вносить изменения в режим и регламент работы ОПР

12. *Администрация оптового рынка обязана:*

- а) возместить оптовому продавцу стоимость товара, поврежденного по вине оптового покупателя;
- б) обеспечивать проведение работ по проверке качества товаров, представленных на продажу;
- в) указанное в п. 2, а также информировать участников оптовых торгов о правилах торговли;
- г) указанное в пп. 1, 2, а также информировать участников ОПР о заключенных соглашениях

13. *Преимущества торговли на оптовых рынках заключаются в том, что:*

- а) в одном месте сосредоточены товары одного вида;

- б) оптовых продавцов обеспечивают торговыми местами;
 - в) наличие вспомогательных служб;
 - г) все ответы правильные
14. *Выделите оптовые предприятия, которые не владеют правом на товар*
- а) оптовая база
 - б) аукцион
 - в) ярмарка
 - г) биржа
 - д) логистические центры строительных организаций
 - е) торговый дом
 - ж) торговый агент
 - з) брокер
 - и) все ответы верны
15. *Выделите оптовые предприятия, которые владеют правом на товар*
- а) оптовая база
 - б) аукцион
 - в) ярмарка
 - г) биржа
 - д) логистические центры строительных организаций
 - е) торговый дом
 - ж) торговый агент
 - з) брокер
 - и) все ответы верны
16. *Различают следующие виды организаторов оптового товарооборота:*
- а) Оптовые базы, оптовые склады, дистрибьюторы
 - б) Агенты, коммивояжеры, разъездные товароведы
 - в) Товарные биржи, торговые дома, выставки-продажи, ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки
 - г) Специализированные, посреднические, транзитно-перевалочные
17. *Оптовая ярмарка представляет собой:*
- а) Постоянно действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу взаимозаменяемых товаров;
 - б) Постоянно или периодически действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу товаров различных отраслей по образцам, каталогам;
 - в) Постоянно действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу товаров, обладающих уникальными, особыми свойствами и высокохудожественными характеристиками;
 - г) Постоянно действующий оптовый рынок сельскохозяйственного сырья и продовольствия с целью стимулирования сельскохозяйственного производства.
18. *Признаками оптовой ярмарки являются:*
- а) Продажа товаров по образцам, каталогам с целью перепродажи или промышленной переработки;
 - б) Продажа товаров по образцам, каталогам с целью личного потребления;
 - в) Показ научно-технических достижений с одновременным совершением коммерческих сделок по выставляемым образцам;
 - г) Продажа товаров посредством посылочных операций по каталогам.
19. *Высшим органом управления оптовой ярмарки является:*
- а) Исполнительная дирекция;
 - б) Совет директоров;
 - в) Собрание акционеров;
 - г) Ярмарочный комитет.
20. *Биржевые товары представляют собой:*

- а) Товары с уникальными, специфическими свойствами и качественными характеристиками;
- б) Продовольственные и непродовольственные товары;
- в) Взаимозаменяемые товары, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, качествам, характеристикам и цене;
- г) Сельскохозяйственная продукция, цветные металлы.

21. *Оптовый аукцион представляет собой:*

- а) Периодически действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу сельскохозяйственной продукции по фиксированным ценам;
- б) Постоянно или периодически действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу товаров, обладающих уникальными, специфическими свойствами;
- в) Постоянно действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу товаров различных отраслей по каталогам, образцам;
- г) Постоянно или периодически действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу взаимозаменяемых товаров по биржевым контрактам.

22. *В чем заключается сущность аукциона английского типа?*

- а) Начальная ставка за товар очень высока. Цену снижают до тех пор, пока кто-либо из участников не приобретет товар по данной цене;
- б) Начальная ставка за товар невысокая. Цена возрастает в ходе аукционного торга до предложения наивысшей цены;
- в) Все покупатели предлагают свои ставки за товар одновременно, товар продается тому, кто предложит наибольшую цену;
- г) Проводится государственными организациями с целью продажи конфискованных, невостребованных и неоплаченных товаров, заложенного и не выкупленного имущества.

Тема 7. Товарные склады, устройство, планировка и технологическое оборудование

Индикаторы достижения: ОПК-1.2;

1. *Что такое склад?*

- а) устройство для бесперебойного снабжения товарами потребителей
- б) устройство для складирования товаров
- в) устройство, предназначенное для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже
- г) все ответы верны

2. *Перечислите основные виды услуг, осуществляемые складом:*

- а) доставка, маркировка, фасовка, упаковка;
- б) заключение договоров с транспортными агентствами, подготовка и доставка товаросопроводительных документов, информирование о кредитовании;
- в) экспедиторские услуги с осуществлением разгрузки, прием на временное хранение материальных ценностей, сортировка, сдача в аренду складских площадей;
- г) верны ответы а, в;
- д) все ответы верны.

3. *Перечислите основные преимущества склада общего пользования:*

- а) высокая степень контроля над операциями; гибкость по отношению к общей политике организации; наличие самого современного оборудования и использование передовых методов при проведении складских операций;
- б) высокая степень контроля над операциями; гибкость по отношению к общей политике организации; нематериальные выгоды (имидж, впечатление надежности и стабильности);
- в) гибкость, позволяющая учитывать изменяющийся спрос; наличие самого современного оборудования и использование передовых методов при проведении складских операций; облегчение доступа к более широкому географическому региону;

г) гибкость, позволяющая учитывать изменяющийся спрос; высокая степень контроля над операциями; нематериальные выгоды (имидж, впечатление надежности и стабильности);

д) верного ответа нет.

4. Какова наиболее распространенная сетка колоны в магазине и на складе?

- | | |
|----------|----------|
| а) 18х18 | в) 12х12 |
| б) 6х6 | г) 24х24 |

5. Назовите известные Вам признаки классификации товарных складов:

1. по месторасположению в процессе товародвижения, по характеру выполняемых функций, по ассортименту хранимых товаров, по режимам хранения;
2. по степени механизации технологических процессов, по особенностям технического устройства;
3. по этажности, наличию транспортных путей, организационным формам управления;
4. все вышеперечисленное.

6. По характеру выполняемых функций склады делятся на:

1. универсальные, специализированные, смешанные;
2. автоматизированные, с комплексной механизацией, с применением средств механизации;
3. подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного и долгосрочного хранения;
4. общетоварные и специальные.

7. По ассортименту хранимых товаров склады делятся:

1. универсальные, специализированные, смешанные;
2. автоматизированные, с комплексной механизацией, с применением средств механизации;
3. подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного и долгосрочного хранения;
4. общетоварные и специальные

8. По степени механизации технологических процессов склады делятся на:

1. универсальные, специализированные, смешанные;
2. автоматизированные, с комплексной механизацией, с применением средств механизации;
3. подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного и долгосрочного хранения;
4. общетоварные и специальные.

9. По режиму хранения склады делятся на:

1. универсальные, специализированные, смешанные;
2. автоматизированные, с комплексной механизацией, с применением средств механизации;
3. подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного и долгосрочного хранения;
4. общетоварные и специальные

10. По организационным формам управления склады подразделяются на:

1. открытые, полужакрытые, закрытые;
2. универсальные, специализированные, смешанные;
3. индивидуального, совместного и общего пользования;
4. подсортировочно-распределительные, транзитно-перевалочные, сезонного и долгосрочного хранения, накопительные.

11. Для характеристики объемно-планировочных решений складских зданий используют показатели: шаг, пролет, высота и др.

Шаг – это:

1. расстояние между продольными несущими конструкциями;

2. расстояние между основными поперечными несущими конструкциями (колоннами, стенами и т.д.);
3. пункт "1" и "2";
4. расстояние между уровнем пола и потолком.

12. Для характеристики объемно-планировочных решений складских зданий используют показатели: шаг, пролет, высота и др.

Пролетом называется:

1. расстояние между продольными несущими конструкциями;
2. расстояние между основными поперечными несущими конструкциями (колоннами, стенами и т.д.);
3. пункт "1" и "2";
4. расстояние между уровнем пола и потолка.

13. Рампа – это:

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

14. Наиболее распространенным в складских зданиях является шаг колонны:

1. 6 и 10 м;
2. 10 и 12 м;
3. 6 и 12 м;
4. 6 и 18 м.

15. Длина пролета колонн в складских зданиях:

1. 12 и 18 м;
2. 12 и 24 м;
3. 18 и 24 м;
4. 4, 12, 18 и 24 м.

16. Все помещения на общетоварных складах подразделяют на следующие группы:

1. помещения основного производственного назначения, подсобно-технические и административные;
2. подсобно-технические и административно-бытовые помещения;
3. помещения основного производственного назначения, подсобно-технические, вспомогательные помещения;
4. помещения основного производственного назначения, вспомогательные, подсобно-технические, административно-бытовые

17. Подсобно-технические помещения – это помещения:

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

18. Помещения основного производственного назначения – это помещения:

1. для хранения товаров, экспедиции по приему и отпуску товаров, помещения для приемки, распаковки, расфасовки, комплектования, упаковки;
2. для хранения тары, многооборотных контейнеров и поддонов, тароремонтных мастерских;

3. машинных отделений, вентиляционных камер, котельных, подзарядочных, аккумуляторных станций;
4. для размещения административно-конторских служб, зала товарных образцов, душевых, санузлов и т.д.

19. Административно-бытовые помещения это помещения:

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

20. Приемочная экспедиция - это отдельное помещение склада, основная функция которого:

1. распаковка и приемка товаров по количеству и качеству;
2. приемка прибывшего в нерабочее время груза;
3. кратковременное хранение подготовленных к отправке грузовых единиц, организация их доставки покупателю;
4. формирование грузовых единиц, содержащих ассортимент товаров, подобранный в соответствии с заказами покупателей.

21. Участок приемки - это помещение склада, основная функция которого:

1. распаковка и приемка товаров по количеству и качеству;
2. приемка прибывшего в нерабочее время груза;
3. кратковременное хранение подготовленных к отправке грузовых единиц, организация их доставки покупателю;
4. формирование грузовых единиц, содержащих ассортимент товаров, подобранный в соответствии с заказами покупателей.

22. Отправочная экспедиция это помещение склада, основная функция которого:

1. распаковка и приемка товаров по количеству и качеству;
2. приемка прибывшего в нерабочее время груза;
3. кратковременное хранение подготовленных к отправке грузовых единиц, организация их доставки покупателю;
4. формирование грузовых единиц, содержащих ассортимент товаров, подобранный в соответствии с заказами покупателей.

23. Участок комплектования это часть помещения склада, основная функция которого:

1. распаковка и приемка товаров по количеству и качеству;
2. приемка прибывшего в нерабочее время груза;
3. кратковременное хранение подготовленных к отправке грузовых единиц, организация их доставки покупателю;
4. формирование грузовых единиц, содержащих ассортимент товаров, подобранный в соответствии с заказами покупателей.

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

- а) неспециализированные;
- в) узкоспециализированные;
- с) специализированные.

25. В зависимости от режима хранения склады бывают:

- а) специальные;
- в) досрочного завоза;
- с) сезонного хранения,
- д) общетоварные.

Тема 8. Технология и организация складских операций. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе.

Индикаторы достижения: ОПК-1.2

1. В какие сроки вызывается представитель иногороднего поставщика для составления акта на поставленную недоброкачественную продукцию?

- а) 10 дней
- б) 5 дней
- в) 3 дня
- г) 2 дня

2. При приемке товара обнаружено несоответствие массы брутто отдельных мест массе, указанных в транспортных или сопроводительных документах, либо на трафарете упаковки. Каковы действия материально-ответственных лиц по дальнейшей приемке товара?

- а) приемку продолжить, предварительно создать независимую комиссию, о результатах приемки сообщить поставщику
- б) приемку прекратить, составить односторонний акт, товар оформить на ответственное хранение и пригласить поставщика на оформление коммерческого акта по недостатке товара
- в) приемку прекратить, вызвать представителя из торг инспекции или из бюро товарных экспертиз
- г) приемка товаров осуществляется в одностороннем порядке без приглашения каких-либо экспертов

3. Поставщик товара отказывается явиться на составление коммерческого акта на недостачу товаров. Перечислите последовательность действий материально-ответственных лиц (менеджеров) при сложившейся ситуации:

- а) товар возвращается поставщику
- б) акт составляется в одностороннем порядке покупателем
- в) акт составляется в составе комиссии, где имеются независимые представители из других предприятий и организаций
- г) акт составляется в составе независимой комиссии

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

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

5. К основным операциям складирования относятся:

- а) хранение и размещение товаров;
- б) количественная и качественная сохранность запасов;
- в) учет запасов;
- г) обновление запасов;
- д) все ответы верны.

6. В какие сроки вызывается представитель иногороднего поставщика для составления акта на поставленную недоброкачественную продукцию?

- а) 10 дней
- б) 5 дней
- в) 3 дня
- г) 2 дня

7. При приемке товара обнаружено несоответствие массы брутто отдельных мест массе, указанных в транспортных или сопроводительных документах, либо на трафарете упаковки. Каковы действия материально-ответственных лиц по дальнейшей приемке товара?

- а) приемку продолжить, предварительно создать независимую комиссию, о результатах приемки сообщить поставщику
- б) приемку прекратить, составить односторонний акт, товар оформить на ответственное хранение и пригласить поставщика на оформление коммерческого акта по недостатке товара
- в) приемку прекратить, вызвать представителя из торг инспекции или из бюро товарных экспертиз
- г) приемка товаров осуществляется в одностороннем порядке без приглашения каких-либо экспертов

8. *Поставщик товара отказывается явиться на составление коммерческого акта на недостатку товаров. Перечислите последовательность действий материально-ответственных лиц (менеджеров) при сложившейся ситуации:*

- а) товар возвращается поставщику
- б) акт составляется в одностороннем порядке покупателем
- в) акт составляется в составе комиссии, где имеются независимые представители из других предприятий и организаций
- г) акт составляется в составе независимой комиссии

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

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

10. *В какие сроки вызывается представитель иногороднего поставщика для составления акта на поставленную недоброкачественную продукцию?*

- а) 10 дней
- б) 5 дней
- в) 3 дня
- г) 2 дня

11. *К основным операциям грузопереработки относятся:*

- а) разгрузка-погрузка грузов;
- б) размещение на хранение;
- в) хранение товаров;
- г) верны ответы а, б;
- д) верны ответы а, б, в.

12. *Приемка товаров по количеству может осуществляться:*

- 1. от органов транспорта;
- 2. на складе поставщика;
- 3. на складе получателя;
- 4. пункты "1", "2", "3".

13. *Приемка товаров на складе поставщика производится в случаях:*

- 1. если товары вывозятся покупателем в децентрализованном порядке;
- 2. если товары доставляются поставщиком в централизованном порядке;
- 3. по договоренности сторон;
- г) в случаях децентрализованного и централизованного вывоза со склада поставщика.

14. *Сроки проведения приемки не скоропортящихся товаров по количеству поступивших в исправной таре по весу нетто и количеству товарных единиц на складе получателя:*

- 1. не позднее 3 дней с момента получения;
- 2. в сроки, оговоренные договором поставки;
- 3. одновременно со вскрытием тары, но не позднее 10 дней;
- 4. одновременно со вскрытием тары, но не позднее 24 часов.

15. По каким документам производится приемка товаров по количеству?
1. по счет-фактуре, описи;
 2. по транспортным и сопроводительным документам отправителя: товарно-транспортной накладной, счету-фактуре, описи, спецификации, упаковочным ярлыкам и др.;
 3. по спецификации и упаковочным ярлыкам;
 4. по счету-фактуре и товарно-транспортной накладной.
16. В каких случаях составляется акт о весе тары?
1. При невозможности перевески продукции без тары;
 2. При возникновении подозрения о несоответствии указанных в документах весов нетто и брутто;
 3. После освобождения тары из-под продукции;
 4. При невозможности перевески продукции без тары после освобождения тары из-под продукции.
17. В каких случаях допускается выборочная проверка количества продукции?
1. в любых случаях по желанию получателя;
 2. если это предусмотрено условиями договора поставки;
 3. если это предусмотрено ГОСТами, техническими условиями, особыми условиями, иными обязательными правилами или договором;
 4. не допускается ни в каких случаях.
18. Обязанности получателя при обнаружении недостачи при приемке товаров по количеству: составить акт за подписями лиц, производивших приемку продукции, вызвать представителя отправителя;
1. приостановить дальнейшую приемку, обеспечить сохранность продукции, принять меры к предотвращению ее смешения с другой однородной продукцией, вызвать представителя отправителя;
 2. вызвать представителя отправителя, подать заявление в органы внутренних дел для проведения расследования;
 3. приостановить приемку мест, в которых обнаружены расхождения, составить акт, вызвать представителя отправителя, продолжить приемку остальной части продукции.
19. В какой срок должно быть направлено уведомление о вызове представителя отправителя для участия в продолжение приемки по количеству?
1. в течение 24 часов с момента обнаружения недостачи;
 2. не позднее 4 часов с момента обнаружения недостачи;
 3. одновременно с приостановлением приемки продукции;
 4. одновременно с приостановлением приемки продукции, но не позднее 6 часов.
20. В какие сроки должен явиться однородный представитель отправителя для участия в окончательной приемке по количеству и составлении двухстороннего акта?
1. не позднее чем на следующий день после получения вызова, а по скоропортящейся продукции в течение 4 часов после получения вызова;
 2. в день получения вызова, не смотря на время суток;
 3. в течение 4 часов с момента получения вызова, не зависимо от вида продукции;
 4. не позднее 3 суток с момента обнаружения недостачи.
21. Какой документ должен иметь представитель отправителя для участия в приемке продукции по количеству у получателя?
1. копии сопроводительных документов;
 2. копии товарно-транспортных накладных;
 3. удостоверение на право участия в приемке продукции у получателя;
 4. копии сопроводительных документов, копии товарно-транспортных накладных.
22. Кто может быть представителем общественности от предприятия-получателя при приемке товаров по количеству?

1. лица, компетентные в вопросах определения количества подлежащей приемке продукции и не являющиеся материально ответственными лицами, не связанные с учетом, хранением материальных ценностей. Назначаются руководителем предприятия;
 2. представители профсоюзов или общественных организаций по письменному запросу предприятия-получателя;
 3. представители экспертных бюро, с которыми заключен соответствующий договор;
 4. представители правоохранительных органов.
23. Когда и кем утверждается акт о приемке товаров по количеству?
1. председателем комиссии по приему продукции, не позднее 3 дней после окончания приемки;
 2. начальником склада предприятия-получателя, не позднее 24 часов после составления акта;
 3. руководителем предприятия-получателя, не позднее, чем на следующий день после составления акта;
 4. руководителем предприятия получателя и руководителем предприятия-отправителя, не позднее 5 дней после составления акта.

Тема 9 Основы организации и технологии товародвижения

Индикаторы достижения: ОПК-1.3

1. Принципы организации товародвижения:

- а) планомерность.
- б) ритмичность.
- в) оперативность.
- г) технологичность.
- д) экономичность
- е) все верно

2. Формами организации товародвижения являются:

- а) складская.
- б) магазинная.
- в) транзитная.

3. Каналы распределения характеризуются:

- а) числом посредников.
- б) числом конечных потребителей.
- в) числом производителей товара.

4. Выбор каналов распределения зависит от:

- а) величины товарных потоков.
- б) минимума приведенных затрат.
- в) числа структурных подразделений торговой организации.

5. 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

6. Какое определение маятникового маршрута движения автомобильного транспорта правильно?

- а) путь следования к потребителям продукции
- б) путь следования между двумя пунктами повторяется неоднократно

- в) путь следования от автохозяйства к потребителю
 - г) путь следования от ж/д станции до оптового предприятия
7. Выберите те ответы, которые вы считаете правильными. Назовите основные принципы рациональной организации технологического процесса товародвижения.
- а) применение прогрессивных систем товароснабжения
 - б) спрос покупателей на продукцию
 - в) доход от реализации продукции
 - г) установление оптимальной звенности товародвижения
 - д) рациональная организация хозяйственных связей между поставщиками и получателями товаров
 - е) исследование кратчайших путей движения товаров
 - ж) правильный выбор транспортных средств
8. Прогрессивные технологии товародвижения включают следующие направления:
- а) контейнерная технология доставки
 - б) «сквозная технология», доставка в таре-оборудовании
 - в) складская форма доставки
 - г) пакетный способ
 - д) централизованная доставка товаров
9. Что не относится к функциям товародвижения?
- а) планирование перемещения товаров к месту использования;
 - б) складирование;
 - в) транспортировка;
 - г) конструирование нового товара.
10. Функциями товародвижения могут быть:
- а) выполнение цикла «заказ-отгрузка-оформление счета»;
 - б) выбор вида транспорта;
 - в) возможны оба предыдущих варианта;
 - г) разработка и создание товара для удовлетворения потребностей;
11. Классификация по форме товародвижения включает:
- а) оптовая торговля, розничная торговля;
 - б) транзитная, складская;
 - в) централизованная, децентрализованная;
 - г) однозвенная, многозвенная.
12. Понятие товародвижения это:
- а) процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей до организаторов оптовой торговли;
 - б) комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий оптовой торговли;
 - в) процесс доведения товаров из сферы производства в сферу потребления;
 - г) процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей до поставщиков
13. Получение товаров от поставщиков, накопление запасов, подсортировка, комплектование, товароснабжение розничных предприятий – это
- а) функции розничного предприятия
 - б) функции оптового склада
 - в) функции товарной биржи
14. Поступление товара в розничную торговую сеть из предприятий промышленности называют
- а) транзитной формой снабжения
 - б) складской формой снабжения
15. Ритмичность поставки товаров – это:
- а) доставка товаров на основании плановых графиков;
 - б) доставка товаров через относительно одинаковые промежутки времени;

- в) поставка на основании прогрессивных технологических решений;
 - г) поставка силами и средствами предприятий-поставщиков
16. *Коэффициент звенности – это:*
- а) отношение оптового товарооборота к розничному;
 - б) отношение розничного товарооборота к оптово-складскому;
 - в) отношение валового товарооборота к розничному;
 - г) умножение объема перевезенных товаров на расстояние
17. *Децентрализованная доставка – это доставка, которая осуществляется:*
- а) силами и за счет товарополучателя;
 - б) силами и за счет поставщиков;
 - в) одинаковыми партиями;
 - г) через распределительный склад
18. *Маятниковый маршрут – это:*
- а) график подачи автотранспорта к поставщику;
 - б) доставка товаров только в один магазин за один рейс;
 - в) доставка за один рейс товаров по нескольким магазинам, размещенным по пути движение автомашины;
 - г) путь перевозки товаров от места отправления до розничного предприятия
19. *Товародвижение – это:*
- а) процесс доведения товаров от предприятий изготовителей до предприятий оптовой торговли;
 - б) система мероприятий, представляющая сложный комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли;
 - в) деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением товаров от мест происхождения к местам использования с целью удовлетворения нужд потребителей и выгодой для себя;
 - г) сложный комплекс оперативно-торговой (коммерческой) и технологической деятельности розничных и оптовых предприятий.
20. *На процесс товародвижения влияют следующие факторы:*
- 1. производственные и транспортные;
 - 2. степень сложности ассортимента товаров и физико-химические свойства товаров;
 - 3. социально-экономические факторы (денежные доходы, численность, половозрастной и национальный состав населения) и профессиональная подготовка населения;
 - 4. все вышеназванные факторы.
21. *Виды звенности товародвижения:*
- 1. складская, транзитная;
 - 2. торговая и организационная;
 - 3. торговая и складская;
 - 4. торгово-организационная и складская.
22. *Коэффициент складской звенности товародвижения – это отношение:*
- 1. розничного оборота к оптово-складскому;
 - 2. оптово-складского к сумме оптово-складского и розничного;
 - 3. оптово-складского оборота к розничному;
 - 4. оптового оборота к складскому.
23. *Существуют следующие формы товародвижения:*
- 1. транзитные и централизованные;
 - 2. складские и децентрализованные;
 - 3. централизованные и децентрализованные;
 - 4. транзитные и складские.
24. *Транзитная форма товародвижения подразумевает поступление в розничную торговую сеть товаров:*
- 1. от предприятий промышленности (прямой канал);

2. со склада оптового предприятия;
 3. от производственных предприятий или через одно складское звено оптового предприятия;
 4. прошедших через одно или несколько оптовых звеньев.
25. *Складскую форму товародвижения целесообразно использовать:*
1. при поставке в розничную торговую сеть товаров простого ассортимента;
 2. если минимальные нормы отгрузки производственного предприятия превышают объемы закупок розничного торгового предприятия;
 3. при поставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента, требующих подсортировки;
 4. варианты "2" и "3".
26. *Для эксклюзивного (локального) метода распределения характерно:*
1. ограничивается количество оптовых и розничных торговцев в географическом регионе, реализуется минимум товаров по очень высокой цене, обеспечивается престижный образ фирмы;
 2. используется среднее количество оптовиков и розничных торговцев, объем продажи и прибыли увеличивается за счет реализации большего количества товаров;
 3. используется максимальное число оптовых и розничных торговцев;
 4. продажа товара через два и более различных канала.
27. *Для избирательного распределения характерно:*
1. ограничивается количество оптовых и розничных торговцев в географическом регионе, реализуется минимум товаров по очень высокой цене, обеспечивается престижный образ фирмы;
 2. используется среднее количество оптовиков и розничных торговцев, объем продажи и прибыли увеличивается за счет реализации большего количества товаров;
 3. используется максимальное число оптовых и розничных торговцев;
 4. продажа товара через два и более различных канала.
28. *Для интенсивного распределения характерно:*
1. ограничивается количество оптовых и розничных торговцев в географическом регионе, реализуется минимум товаров по очень высокой цене, обеспечивается престижный образ фирмы;
 2. используется среднее количество оптовиков и розничных торговцев, объем продажи и прибыли увеличивается за счет реализации большего количества товаров;
 3. используется максимальное число оптовых и розничных торговцев;
 4. продажа товара через два и более различных канала.
29. *Канал..... уровня имеет место при прямой продаже товаров производителями непосредственно конечным потребителям*
- а) нулевого+
 - б) первого
 - в) прямого

Тема 10. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения.

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

1. *Торговая сеть — это*
 - а) территория административного района, города, на которой размещаются торговые предприятия.
 - б) совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории.
 - в) совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением.
 - г) совокупность элементов торгово-технологического процесса.
2. *Укажите признаки, характеризующие форматы торговых предприятий.*
 - а) общая площадь магазина, торговая площадь, предоставляемый сервис.

- б) общая площадь, ассортимент товаров, дополнительные услуги.
 - в) торговая площадь, ассортимент товаров, метод продажи товаров.
 - г) торговая площадь, ассортимент, дополнительные услуги.
3. К типам организаций, занимающихся розничной торговлей, не относятся:
- а) корпоративные сети магазинов;
 - б) потребительские кооперативы;
 - в) розничные кооперативы;
 - г) независимые магазины.
4. К типам магазинов не относятся:
- а) фирменные магазины;
 - б) продажа через автоматы;
 - в) специализированные магазины;
 - г) оптовые/складские клубы.
5. Ассортимент товаров будет шире, чем их разнообразие, в магазине:
- а) специализированном магазине аудиотехники;
 - б) универмаге;
 - в) супермаркете;
 - г) независимом магазине
6. Площадь занятая торговым оборудованием, предназначенным для выкладки, демонстрации товаров, проведения расчётов называют
- а) экспозиционной
 - б) демонстрационной
 - в) установочной
7. Строение без торгового зала и помещения для хранения, рассчитанное на одно рабочее место продавца называют
- а) павильон
 - б) киоск
 - в) палатка
8. Торговый комплекс - это
- А) Реализующие универсальный ассортимент товаров и оказывающий широкий набор услуг
 - Б) Многофункциональное торговое предприятие интегрированное в производстве финансовую и внешне экономическую сферу
 - В) Реализует одну группу товаров
 - Г) Специально оборудованное стационарное здание или его части предназначенная для продажи товаров
9. Магазин с узким или ограниченным ассортиментом с площадью торгового зала не более 50м
- А) Гипермаркет
 - Б) Универсам
 - В) Мини - маркет
 - Г) Универмаг
10. Какая планировка торгового зала разбита на изолированные отделы
- А) Линейная
 - Б) Смешанная
 - В) Островная
 - Г) Боксовая
11. Палатки относят к торговой сети:
- а) нестационарной
 - б) передвижной
 - в) стационарной
12. Зона обслуживания – это:

- а) территория, где находятся потенциальные потребители определенного товара или услуги
- б) территориально ограниченный микрорайон
- в) участок городской застройки с равными условиями торговой деятельности
- г) территория, на которой отсутствуют предприятия-конкуренты

13. *Форматы розничных торговых предприятий:*

- а) гипермаркеты, супермаркеты, суперсторы, блоксторы
- б) продовольственные и непродовольственные
- в) универсамы, универмаги, торговые дома, супереты
- г) минимаркеты, специализированные магазины, дискаунтеры, супермаркеты, гипермаркеты

14. *Специализация розничной торговой сети осуществляется по:*

- а) основным и дополнительным признакам
- б) сложному и комбинированному ассортименту
- в) товарно-отраслевому признаку и по комплексности спроса
- г) формам и методам торгового обслуживания

15. *Что относится к внемагазинным формам продаж товаров?*

- А) киоск
- Б) палатка
- В) самообслуживание
- Г) верно а и б
- Д) верно а и в

Тема 11 Устройство и основы технологической планировки магазинов. Основы технологической планировки магазинов

Индикаторы достижения: ОПК-1.3; ОПК-2.3

1. *Размещение товаров – это*

- а) система расположения на площади торгового зала
- б) расположение кладка и показ товаров на торговом оборудовании
- в) определенное количество «фэйсингов» товара
- г) система их расположения на площади торгового зала и выкладка на оборудовании

2. *Какой способ расстановки оборудования наиболее целесообразен в магазине «мини-маркет»?*

- а) свободная планировка
- б) экспозиционная планировка
- в) продольная решетка
- г) смешанная решетка

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

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

4. *Поставьте определения в соответствие с перечисленными объектами:*

- 1. Продольная решётка – это
- 2. Поперечная решётка – это
- 3. Боксовая планировка – это

5. *Островная планировка — это...*

- а) оборудование размещается параллельными рядами вдоль стен, направляющих потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются параллельно входящему в зал покупательскому потоку;
- б) оборудование размещается параллельными рядами вдоль стен, направляющих

потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются перпендикулярно входящему в зал покупательскому потоку.

в) применяется, как правило, при обслуживании через прилавки; представляет собой размещение товаров и оборудования вокруг рабочих мест продавцов;

г) представляет собой расстановку оборудования в виде обособленных отделов и секций.

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

1. к торговым;
2. к административно-бытовым;
1. к подсобным;
2. к техническим.

7. Размещая магазины в городе необходимо учитывать фактор, в который входят: величина города, плотность населения и т.д.—это фактор:

- а) социальный;
- в) градостроительный;
- с) транспортный;
- д) экономический.

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

- а) техническим;
- в) подсобным;
- с) административно-бытовым;
- д) помещения для приемки, хранения и подготовки к продаже.

9. Отношение площади выкладки товаров к площади торгового зала это:

- а) уровень выкладки товаров;
- в) коэффициент установочной площади;
- с) коэффициент использования площади торгового зала под выкладку.

10. В зависимости от особенностей объемно-планировочного решения торговые здания могут быть:

1. Капитальные;
2. Встроенные;
3. Отдельно стоящие;
4. Облегченные;
5. Пристроенные. 46

11. По капитальности все торговые здания и сооружения делятся:

1. Облегченные;
2. Каменные;
3. Кирпичные;
4. Капитальные;
5. Железобетонные.

12. Торговые здания и сооружения должны отвечать требованиям:

1. Архитектурно-строительным;
2. Нормативным;
3. Технологическим;
4. Экономическим;
5. Профессиональным;
6. Санитарно-техническим.

13. К торговым помещениям, входящим в состав магазина относят:

1. Отдел заказов;
2. Кладовые, фасовочные, комплектовочные отдела заказов;
3. Торговые залы;
4. Зал кафетерия;

5. Разгрузочные;
 6. Помещения или площади дополнительного обслуживания покупателей.
14. В группу административно-бытовых помещений входят:
1. Главная касса;
 2. Моечные;
 3. Помещения аппарата управления;
 4. Мастерские для мелкого ремонта оборудования и инвентаря;
 5. Помещения для приема пищи.
15. К подсобным помещениям в магазине относят:
1. Рекламно-декорационные мастерские;
 2. Камера кондиционирования воздуха;
 3. Экспедиции по доставке товаров на дом;
 4. Котельная;
 5. Помещения для хранения упаковочных материалов, инвентаря;
 6. Помещения для приема стеклянной тары от населения
16. Приведите в соответствие признаки, по которым классифицируют торговые здания и сооружения (1..3) их характеристикам (А..В):
1. Капитальность сооружения; - Б
 2. Особенности объемно-планировочного решения; - В
 3. Материал наружных стен; - А
- А. Здания подразделяют на каменные, кирпичные, шлакоблочные, железобетонные и деревянные; павильоны из профилированных стали или алюминия и других современных высокотехнологичных материалов.
- Б. Все торговые здания и сооружения делятся на два вида - капитальные (предназначенные для размещения магазинов) и облегченные (для устройства мелкорозничных торговых предприятий). В. Здания могут быть отдельно стоящими, встроенными, встроенно-пристроенными, пристроенными и образующими торговые центры; бывают одноэтажные и многоэтажные, с подземными этажами или без них.
17. Приведите в соответствие требования к торговым зданиям (1...4) их характеристикам (А...Г):
1. Технологические -
 2. Архитектурно-строительные
 3. Экономические
 4. Санитарно-технические
- А. Предусматриваются прочность конструкции здания, использование при строительстве готовых элементов заводского изготовления, соответствие архитектуры здания композиции уже имеющейся застройки, наличие удобных подъездных путей к магазину и тротуаров для пешеходов.
- Б. Определяют устройство систем теплоснабжения, отопления, вентиляции, водоснабжения, канализации, освещения, что положительно сказывается на работе персонала, способствует повышению качества обслуживания покупателей.
- В. Предполагают такое устройство здания, при котором обеспечивается рациональная организация торгово-технологического процесса, предусматривающая возможность комплексной механизации погрузочно-разгрузочных работ, применение прогрессивных методов продажи товаров.
- Г. Должно быть обеспечено снижение затрат на строительство и эксплуатацию здания. Этому способствует уменьшение расхода основных строительных материалов на единицу торговой площади или объема здания, применение унифицированных деталей.
18. Определите соответствие групп помещений, входящих в состав магазина (1...5) и их подгрупп (А...Д):
1. Торговые;
 2. Для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже;

3. Подсобные;
4. Административно-бытовые;
5. Технические.

А. Разгрузочные; приемочные; кладовые, фасовочные, комплектовочные отдела заказов.

Б. Помещения для хранения контейнеров и тары, упаковочных материалов, инвентаря, спецодежды, уборочного инвентаря и моющих средств; помещения для приема стеклянной тары от населения; моечные; мастерские для мелкого ремонта оборудования и инвентаря; рекламно-декорационные мастерские; и др.

В. Торговые залы магазинов; отдел заказов; зал кафетерия; помещения или площади дополнительного обслуживания покупателей (места отдыха покупателей, помещения для раскроя тканей и др.).

Г. Машинные отделения охлаждаемых камер и лифтов; вентиляционные камеры; электрощитовая; котельная; камера кондиционирования воздуха; радиоузел.

Д. Помещения аппарата управления; комната персонала; помещения для приема пищи; главная касса; гардеробные; душевые и др. 41

19. *Технологическая планировка магазина -это...*

- 1.совокупность помещений магазина в соответствующей их взаимосвязи
- 2.совокупность технических помещений магазина
- 3.расстановка торгово-технологического оборудования по территории торгового зала магазина
- 4.планировка технологических процессов в магазине

20. *Установочная площадь магазина -это...*

- 1.часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки и демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей
- 2.часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки и демонстрации товаров
- 3.часть помещений магазина, включающая торговый зал и помещения для оказания услуг
- 4.часть помещений магазина, предназначенная для хранения товаров

21. *Коэффициент использования площади торгового зала -это...*

- 1.отношение площади торгового зала к общей площади магазина
- 2.отношение площади, занятой торговым оборудованием к общей площади магазина
- 3.отношение площади под выкладкой товара к площади торгового зала магазина
- 4.отношение торговой площади к общей площади магазина

22. *Помещения магазина, относящиеся к техническим*

- 1.фасовочные
- 2.приемочные
- 3.вентиляционные камеры
- 4.торговый зал
- 5.машинные отделения лифтов и холодильных установок
- 6.электрощитовая

23. *Укажите формы планировки торгового зала магазина:*

- 1.линейная
- 2.блочная
- 3.ступенчатая
- 4.выставочная
- 5.свободная
- 6.равномерная

24. *Площадь торговых помещений магазина.*

- 1.Торговая площадь магазина

2.Общая площадь магазина

3.Площадь товарного склада

25: *Установочная площадь магазина -это...*

1.-часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки и демонстрации товаров, проведения денежных расчетов и обслуживания покупателей

2.-часть площади торгового зала, занятая оборудованием, предназначенным для выкладки и демонстрации товаров

3.-часть помещений магазина, включающая торговый зал и помещения для оказания услуг

4.-часть помещений магазина, предназначенная для хранения товаров

20. *Согласно ГОСТам выделяют в магазинах функциональные группы помещений:*

А.торговые помещения и помещения для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже, включая экспедиции по доставке товаров и заказам покупателей.

В.торговые и подсобные помещения

С.технические помещения: вентиляционные камеры, машинное отделение холодильных установок, телефонный коммутатор, электрощитовая, помещения теплового узла, радиоузел, камера кондиционирования воздуха.

Д.все ответы верны

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

1.к торговым;

3. к административно-бытовым;

2. к подсобным;

3. к техническим.

Тема 12. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей

Индикаторы достижения: ОПК-1.2

1.*Какие магазины не относятся к розничной торговле?*

а) торговые автоматы;

б) магазины, торгующие по каталогам;

в) универсамы;

г) товарная биржа

2. *Продвижение товара – это:*

а) совокупность разнообразных методов стимулирования, используемых компаниями при взаимодействии с целевыми рынками и широкой общественностью;

б) установление непосредственных контактов между продавцом и покупателем;

в) платная форма безличного воздействия рекламодателя на целевой рынок через средства массовой информации;

г) любые формы взаимодействия фирмы с аудиторией, которые не связаны напрямую с организацией продажи товара.

3. *Укажите, какие товары целесообразно размещать в «золотом треугольнике»?*

а) товары повседневного спроса.

б) товары импульсного спроса.

в) товары, спрос на которые надо активизировать.

г) недорогие товары.

4. *Розничная продажа отличается от оптовой:*

а) продажей товаров мелкими партиями;

б) продажей товаров для последующей реализации;

в) продажей товаров населению для личного потребления;

г) размером торговой наценки.

5. В розничной торговле применяются следующие методы реализации товаров:
- а) через прилавок, с открытой выкладкой, по образцам, посредством самообслуживания покупателей;
 - б) по образцам, по почте, по предварительному заказу, с использованием электронной торговли;
 - в) через прилавок, с открытой выкладкой, посредством самообслуживания покупателей, по предварительному заказу;
 - г) нет полного ответа.
6. Мерчандайзинг – это:
- а) Выход торговца на отечественный или зарубежный рынок;
 - б) Выгодное представление товарного предложения с точки зрения выкладки и размещения;
 - в) Производство новых торговых марок и их рекламная поддержка;
7. На нижних полках без ущерба для продаж можно располагать товары:
- а) С коротким сроком реализации, потому что температура там ниже.
 - б) Непрестижных марок и в некрасивых упаковках.
 - в) Осознанного постоянного спроса
8. Розничная продажа отличается от оптовой:
- а) продажей товаров мелкими партиями;
 - б) продажей товаров для последующей реализации;
 - в) продажей товаров населению для личного потребления;
 - г) размером торговой наценки.
9. К факторам, влияющим на формирование товарного ассортимента розничного предприятия, относятся:
- а) принципы формирования ассортимента;
 - б) профиль торгового предприятия;
 - в) стадия жизненного цикла товара;
 - г) все вышеперечисленные.
10. Приёмку по количеству проводят
- а) методом сличения наличия товара с документами;
 - б) методом обмера, взвешивания и счёта;
 - в) методом проб.
11. Виды выкладки товаров
- а) товарная
 - б) декоративная
 - в) горизонтальная
 - г) вертикальная
 - д) а, б
 - е) а, б, в, г
 - ж) в, г
12. Какие товары реализуются и в стоковых, и в комиссионных магазинах?
- а) непродовольственные.
 - б) продовольственные.
 - в) новые.
 - г) поношенные.
13. Какие бывают методы продажи товаров?
- а) магазинные, внемагазинные.
 - б) по заказам, cash&carry.
 - в) самообслуживание, через прилавок, по образцам.
 - г) основные и дополнительные.

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**Тематика рефератов**

Тема 1. Сущность профессиональной деятельности торгового менеджера. Функциональная сфера торгового менеджера.

Индикаторы достижения: ОПК-1.3; ОПК-2.3

1. Роль торговли и ее место в экономике страны.
2. История развития торговли в России.
3. Сущность и функции торговли в сфере товарного обращения.
4. Роль и значение торговли на потребительском рынке.
5. Государственное регулирование коммерческой деятельности?
6. Оценка коммерческой деятельности в современной России
7. Обоснование своего выбора сферы коммерческой деятельности
8. Портрет идеального начальника.

Тема 3. Сущность и содержание коммерческой работы в торговле. Риски в коммерческой деятельности и способы их снижения

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

1. Сущность и основные задачи торговой отрасли. Основные тенденции развития торговли.
2. Правовое регулирование торговли.
3. Коммерческие риски в торговой деятельности. Методы защиты от рисков
4. Сущность и основные задачи торговой отрасли. Основные тенденции развития торговли.
5. История возникновения и развития коммерции и предпринимательства за рубежом и в России.
6. Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы предприятия.
7. Формы объединения коммерческих предприятий, существующих в сфере оптовой и розничной торговли.

Тема 4. Роль тары и упаковки в рациональной организации торговых процессов

Индикаторы достижения: ОПК-1.2; ОПК-1.3

1. Роль тары и упаковки в рациональной организации торговых и технологических процессов.
2. Классификация тары: понятие, основные признаки.
3. Тарооборот и основы его организации.
4. Унификация тары: понятие, основные признаки.
5. Прогрессивные виды тары и организация тарного хозяйства
6. Организация тарного хозяйства в торговле
7. Основные тенденции развития рынка упаковочных материалов

Тема 8. Технология и организация складских операций. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе.

Индикаторы достижения: ОПК-1.2

1. Технология отпуска товаров со склада, условия применения.

2. Технология размещения, укладки и хранения товаров. Штабельный и стеллажный способы укладки товаров на хранение.
3. Отборка товаров из мест хранения и комплектация партий отправки, организация и технология отпуска товаров со склада.
4. Методы оптовой продажи со склада в оптовых торговых предприятиях?
5. Содержание складского технологического процесса и принципы его организации.
6. Порядок приемки товаров на складе по качеству.
7. Организация и технология хранения товаров на складе. Штабельный и стеллажный способы укладки товаров на хранение.
8. Основные требования к хранению и отпуску товаров на складе.
9. Порядок приемки товаров на складе по количеству.
10. Требования, предъявляемые к внутренней планировке складских помещений (зон).

Тема 12. Организация торгово-технологического процесса в магазине и обслуживания покупателей

Индикаторы достижения: ОПК-1.2

1. Размещение и выкладка товаров в торговом зале.
2. Методы продажи товаров и их сравнительная характеристика. Внедрение современных форм торгового обслуживания
3. Услуги, оказываемые покупателям торговыми предприятиями. Торговое обслуживание: понятие, назначение, формы.
4. Порядок размещения отделов и секций их целесообразность с позиций современных требований и рекомендации мерчендайзинга.
5. Основные требования к размещению товаров в торговом зале?
6. Основные операции торгово-технологического процесса магазина, реализующего товары, требующие хранения и подготовки к продаже?
7. Основные способы выкладки товаров. В чем их преимущества и недостатки
8. Выкладка товаров в торговом зале с позиции мерчендайзинга.
9. Структура технологического процесса на предприятии розничной торговли.
10. Торговое обслуживание и формы розничной торговли

Тематика докладов

Тема 5. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Оптовые предприятия в условиях рыночной экономики

Индикаторы достижения: ОПК-1.3; ОПК-2.3

1. Роль, функции и сущность оптовой торговли в системе хозяйственных отношений. Основные направления совершенствования оптовой торговли.
2. Классификация, виды оптовых предприятий, их функции. Основные признаки классификации оптовых предприятий.
3. Основные типы оптовых предприятий, действующие в условиях рыночной экономики.
4. Основные направления совершенствования оптовой торговли.
5. Посреднические оптовые структуры как организаторы оптового товарооборота. Их функции и назначение.
6. Организационная структура оптового предприятия
7. Оптовые торговые предприятия: их функции, роль и место в процессе товародвижения.

Тема 6. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

1. Оптовые ярмарки и их роль в закупке товаров
2. Аукционы: виды, этапы подготовки, особенности проведения
3. Организация и технология работы торговых домов
4. Оптовые продовольственные рынки, их роль в рыночной экономике.

5. Биржи, их функции, виды, особенности биржевых сделок.
6. Организация работы аукционов и отличительные особенности их проведения.
7. Дистрибьюторы и их функции.
8. Посреднические оптовые структуры как организаторы оптового товарооборота. Их функции и назначение.

Тема 7. Товарные склады, устройство, планировка и технологическое оборудование

Индикаторы достижения: ОПК-1.2

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

Тема 10. Розничные торговые предприятия, их классификация, принципы размещения.

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

1. Виды внемагазинной торговли
2. Основные требования к размещению товаров в торговом зале?
3. Внутренняя планировка магазина с позиции мерчандайзинга.
4. Выкладка товаров в торговом зале с позиции мерчандайзинга.
5. Организация специальных услуг для покупателей.
6. Виды потребительской мотивации к покупке

Критерии оценки:

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

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

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

Деловая игра

по теме 1. Сущность профессиональной деятельности торгового менеджера.

Функциональная сфера торгового менеджера.

Индикаторы достижения: ОПК-1.3; ОПК-2.3

«Маркетинговые исследования и анализ спроса»

Студенты разбиваются на 4 группы, представляющие 4 крупные торговые организации.

Каждая группа сама выбирает себе торговый профиль (хлебобулочные изделия, одежда, бытовая техника, парфюмерно-косметические товары или др.), придумывает название фирмы и торговый лозунг, а также выбирает руководителя, который будет представлять свою группу у доски.

Студентам дается 15 мин. на составление анкеты для покупателя, состоящей из 20 вопросов по выбранному товарному профилю.

Вопросы должны составляться так, чтобы полученные ответы позволяли провести достаточно полный анализ спроса для формирования рациональной структуры ассортимента. Вопросы должны предполагать краткие однозначные ответы.

В конце занятия преподаватель подводит итоги, анализирует слабые и сильные места всех команд и вместе со студентами определяет команду-победителя.

Деловая (имитационная) игра «Конкурс на замещение вакантной должности начальника отдела рекламы». Из числа наиболее инициативных студентов выбираются 4 кандидата на должность. Каждый выбирает себе группу поддержки, совместно с которой в течение 10 мин. должен придумать (изобразить) рекламный слоган (образ) для рекламы бытовой техники (автомобилей и др.), а также предложить наиболее выгодное средство рекламы. Победителя определяет вся аудитория голосованием, либо заказчик рекламы (группа из 3 студентов).

Деловая игра «Коммерческая тайна»

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

Методические указания:

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

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

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

Тема 3 Сущность и содержание коммерческой работы в торговле. Риски в коммерческой деятельности и способы их снижения

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

Тема 6. Инфраструктура коммерческой деятельности оптовой торговли

Индикаторы достижения: ОПК-2.3

Деловая игра «Организации торговли на оптовых ярмарках»

Ярмарочная торговля представляет собой кратковременную и периодически повторяющуюся реализацию товаров с последующим совершением актов купли-продажи на основе осмотра и подбора образцов товаров народного потребления.

Методические указания по проведению деловой игры

Представленный вариант деловой игры предусматривает выполнение ее участниками следующих этапов в их логической последовательности.

1-й этап. Ознакомление студентов с целями и задачами предстоящего игрового процесса в соответствии с содержанием торгово-хозяйственной ситуации. На данном этапе преподаватель-руководитель игрового процесса разъясняет студентам их цель и задачи в процессе деловой игры. На основе самостоятельного изучения и анализа торгово-

хозяйственной ситуации студенты должны принять решение о необходимости закупок обувных, швейных, текстильных, трикотажных товаров на оптовой ярмарке.

2-й этап. Для проверки и углубления знаний студентов по теоретическим вопросам организации ярмарочной торговли, которые получены ими на основе усвоения лекционного материала по теме, а также самостоятельного посещения ярмарок и выставок и анализа их работы, можно предусмотреть постановку контрольных вопросов.

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

Роли: Создаются игровые группы студентов:

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

Вторая группа студентов выполняет роль оптовых торговых предприятий-посредников;

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

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

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

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

Тема 11 Устройство и основы технологической планировки магазинов. Основы технологической планировки магазинов

Индикаторы достижения: ОПК-1.3; ОПК-2.3

Деловая игра по теме: «Изучение устройства и технологической планировки магазинов»

В ходе практического занятия студенты должны выполнить следующее:

1. Изучить нормативно-правовую и нормативно-техническую базу, регламентирующую требования к устройству и проектированию магазинов.

2. Ознакомиться с вариантами общих планировок торговых предприятий, расположением основных помещений.

3. Используя ситуационные задачи, на практических примерах закрепить теоретические знания в области рационального построения розничных магазинов (планировка, устройство, расчет торговой и неторговой площади, размещение товаров в торговом зале и др.).

Практическое задание № 1

Анализ размещения предприятий торговли в районах г. Краснодара.

Нарисовать план-схему размещения торговых предприятий своего района проживания (радиус - 10-15 минут ходьбы от дома)

Провести анализ по плану:

1.общее количество магазинов - продовольственных; непродовольственных.

Определить типы, специализацию магазинов и соответствие ассортимента и услуг этому типу. Если, какой-либо магазин не соответствует ни одному изученному Вами типу, указать причину несоответствия.

Ответить на следующие вопросы:

1. Где Ваша семья делает покупки продовольственных, промышленных товаров (одежда, обувь, хозяйственные товары, бытовая техника)?

2. Почему предпочитаете эти магазины?

3. Каких, на Ваш взгляд, торговых предприятий не хватает в Вашем районе?

Практическое задание № 2

Для выполнения задания необходимо предварительное изучение торговой сети центральной части города Краснодара.

Анализ размещения торговой сети в центральной части г. Краснодара

Начертить план - схему расположения торговых предприятий.

Провести анализ по плану:

1. Количество магазинов – общее – продовольственных; непродовольственных

Определить:

1. Тип магазина;

2. Ассортимент;

3. Методы обслуживания;

4. Площадь торгового зала;

5. Наличие дополнительных услуг;

6. Уровень цен.

Сделать выводы.

Критерии оценки (в баллах):

0,5 балла / «отлично» - выставляется студенту, если отмечено хорошее владение терминологией, отличное и хорошее понимание поставленной задачи, попытки проведения анализа каждой из альтернативных точек зрения, хорошее понимание нюансов, причинно-следственных связей, ответы на поставленные вопросы задания получены, продемонстрирована достаточная степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала. Ответ в достаточной степени структурирован и выстроен в заданной логике без нарушений общего смысла.

0,4 балла / «хорошо» - заслуживает студент, если ответы на вопросы кейса недостаточно конкретны, они недостаточно хорошо аргументированы, однако чувствуется самостоятельность мышления, некоторая оригинальность в подходе при решении поставленной задачи. Ответ достаточно последователен и выстроен в заданной логике без нарушений общего смысла.

0,3 балла / «удовлетворительно» - выставляется студенту, если отмечается слабое и ограниченное владение терминологией, недостаточное понимание поставленной задачи, предприняты слабые попытки и полное отсутствие проведения анализа альтернативных способов решения проблемы, слабое понимание нюансов, причинно-следственных связей, очень слабое или полное непонимание.

0,2 балла / «неудовлетворительно» - ответы на поставленные вопросы задания не получены, аргументы не ясны, нет собственной точки зрения, либо она слабо аргументирована. Ответ примерно наполовину представляет собой общие слова. Ответ плохо структурирован, нарушена заданная логика.

Темы индивидуальных и/или групповых проектов

Индикаторы достижения: ОПК-1.3; ОПК-2.3

Темы творческих заданий (проектов)

Групповые творческие задания (проекты):

Дидактическая (обучающая, познавательная) игра (в том числе кроссворд) содержит игровую и учебную/воспитательную задачи.

Комплект кроссвордов по закреплению терминов и контролю знаний по дисциплине «Организация и техника торговых процессов»

Кроссворды в сущности своей являются интеллектуальными играми, предназначенными для развития эрудиции, расширения словарного запаса, тренировки запоминания торговой терминологии.

Использование кроссвордов в учебном процессе стимулирует познавательную активность, расширяет кругозор, обогащает лексикон новыми словами, терминами, развивает логическое мышление и память, творческие способности, -повышает профессиональную грамотность, -способствует осуществлению дифференцированного подхода к обучению.

Схема торгово-технологического процесса розничного торгового предприятия решение кроссвордов

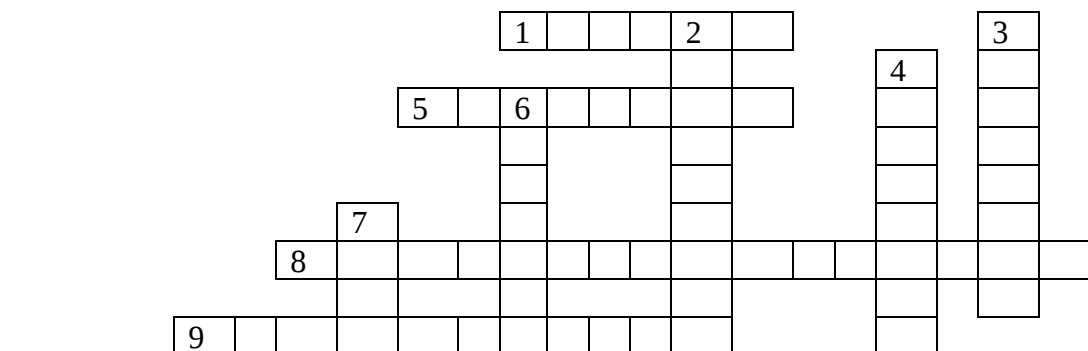
Вопросы-1

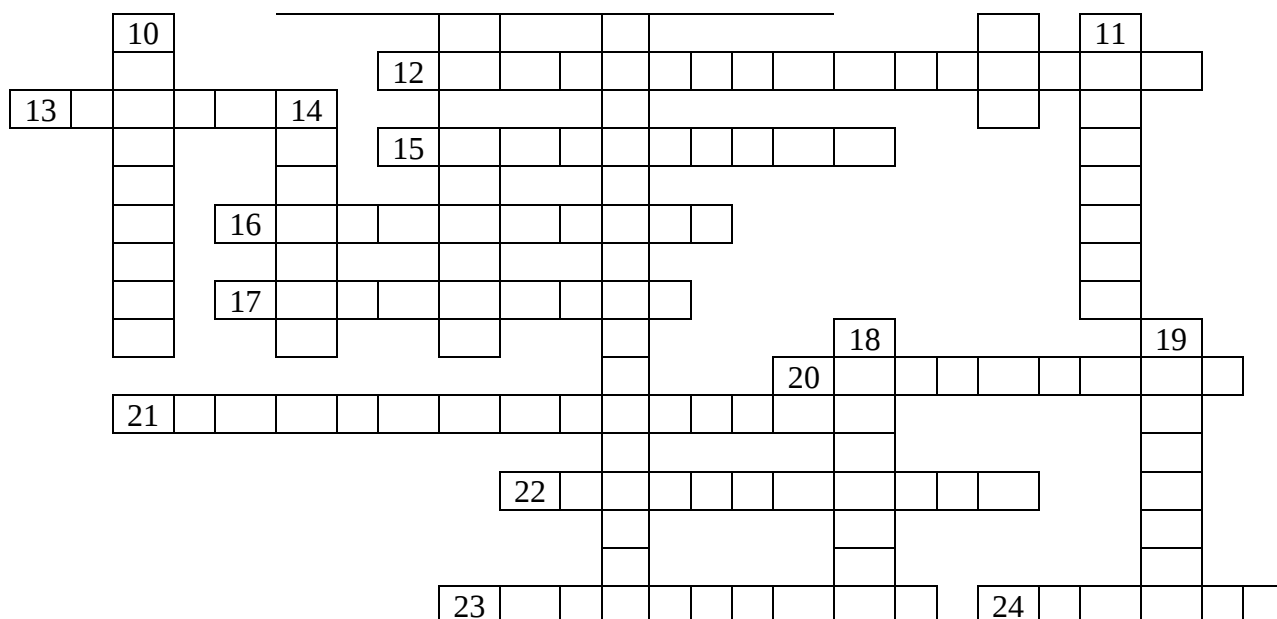
По горизонтали:

1. Рассмотрение одной стороны предложения сделанного другой стороной и ответ на него
5. Система информационного обеспечения в современной торговле.
8. Модель управления торговой сети
9. Планировка торгового зала при которой продажи осуществляются по образцам
12. Современная форма продажи товаров.
13. Для преобразования производственного ассортимента в торговый ассортимент необходимо наличие.
15. Тип магазина, торгующего в розницу по ценам, приближенным к оптовым.
16. Консультирование производителей, продавцов, покупателей по широкому кругу вопросов
17. Торговля, конечная цель которой является продажа товаров конечному потребителю
20. Юридическое (фирма, организация) или физическое лицо, содействующее в совершении какой-либо сделки
21. Один из принципов товароснабжения
22. Принцип товароснабжения
23. Торговля, предполагающая обращение товаров внутри одной страны.
24. Предложение (письменное либо устное) одного лица другому конкретному лицу или лицам заключить гражданско-правовой договор

По вертикали:

2. Документ для досудебного урегулирования споров
3. Модель управления торговой сетью
4. Модель управления торговой сетью
6. Главный показатель эффективности деятельности торгового предприятия
7. Доставка товаров посредствам поставщиков
10. Маршрут доставки в несколько точек за один рейс
11. Маршрут при котором доставка осуществляется за 1 рейс в 1 магазин
14. Задача одного из вида торгового обеспечения розничной структуры товародвижения
18. Вид планировки торгового зала
19. Продажа товаров конечному потребителю





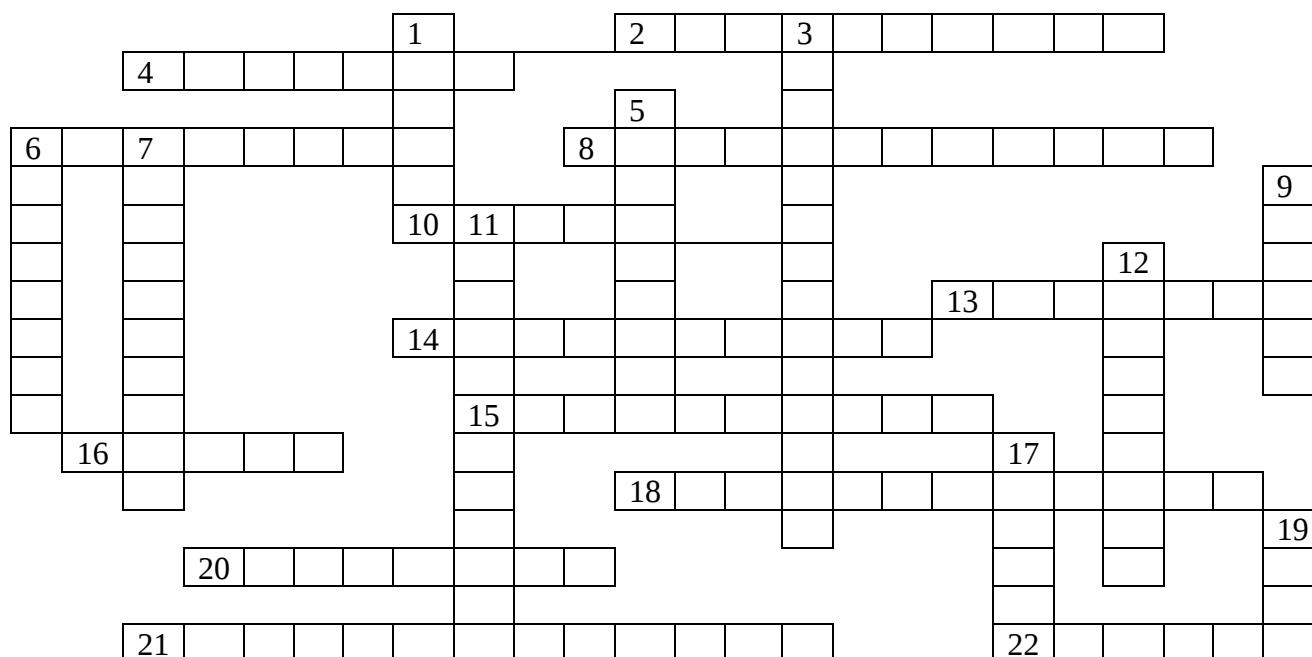
Ответы

1. Акцепт	13. Склад
2. Претензия	14. Оптовой
3. Латочная	15. Дискаунтер
4. Холдинговая	16. Консалтинг
5. Интернет	17. Розничная
6. Товарооборачиваемость	18. Боксовая
7. Централизация	19. Ритейлер
8. Централизованная	20. Посредник
9. Выставочная	21. Планомерность
10. Кольцевой	22. Ритмичность
11. Линейный	23. Внутренняя
12. Самообслуживание	24. Оферта

Вопросы-2

По горизонтали:

2. Какие услуги (компании) среди основных направлений посреднического бизнеса занимают более активную позицию в области предоставления клиентам в аренду технических средств, зданий, сооружений и преимущественно на долговременной основе?
4. На Российском рынке существуют новый класс мелкорозничных торговцев, которые осуществляют непосредственную доставку товаров к конечному потребителю.
6. Агенты, осуществляющие коммерческую деятельность за счет и в интересах другого лица.
8. Договор, предусматривающий обязательства, связанные с достижением коммерческой деятельностью (удовлетворение спроса покупателей, получение прибыли)
10. Что является предметом труда технологических процессов?
13. Соглашение двух или нескольких лиц (сторон) об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.
14. При формировании интерьера торгового зала и магазина учитывают требования...какие?
15. Одна из форм ритейловой торговли?
16. Регулярно функционирующий оптовый рынок товаров, сырья, ценных бумаг?
18. Как называется коэффициент эффективности использования торговой площади?
20. Модель управления, которая основана на полной концентрации управления в центре, практически полное отсутствие правления в магазине.
21. Один из принципов товароснабжения, по которому завоз товаров в магазин должен осуществляться на основе планового графика с учетом ассортиментного профиля.
22. Отношения, установленные во время коммерческой деятельности.



По вертикали:

1. Рассмотрение другой стороной оферты и ее ответ согласия.
3. Одна из основных целей торговых домов.
5. Юридическое или физическое лицо, находящееся между другими контрагентами коммерческого процесса и выявляющие функции их сведения друг с другом для обмена товарами, услугами, информацией.
6. Важная составляющая экономики любого государства, отрасль хозяйства и вид экономической деятельности, объектом которой является товарообмен.
7. Основной функцией торговли является.
9. Предложение, которое может быть адресовано как одному, так и нескольким юридическим лицам, выражает намерение лица считать себя заключившим договор с адресатом, содержащий условия договора.
11. Что является орудием труда в торговле?
12. В какой торговле, продажа товаров идет к конечному потребителю?
17. Какой документ является основным, регламентирующий коммерческие взаимоотношения в РФ?
19. Один из критериев, по которому покупатель основывается при выборе конкретного магазина

Ответы:

По горизонтали

По вертикали

2-лизинговые	1 - акцепт
4-челноки	3-инвестиционная
6-торговые	6-торговля
8-коммерческий	7-реализация
10-товар	11-оборудование
13-договор	5-посредник
14-эргономика	17-кодекс
15-дискаунтер	12-розничная
16-биржа	9-оферта
18-установочный	19-цена
20-лоточная	
21-планомерность	
22-сделка	

Критерии оценки (в баллах):

0,5 балла / «отлично» / - выставляется студенту, если полностью решено задание, что показывает достаточно глубокие знания разделов дисциплины. Правильные ответы на поставленные задачи, подробная аргументация своего решения, хорошее знание теоретических аспектов решения задания, ответы на дополнительные вопросы по теме занятия;

0,4 балла / «хорошо» / - выставляется студенту, если задание кроссворда правильно решено на 60-80%, имеются неточности в определениях (терминологии), не полные ответы на дополнительные и уточняющие вопросы по темам курса;

0,3 балла / «удовлетворительно» / выставляется студенту, если обучающийся имеет поверхностные знания, ответы получены только на 50% задания кроссворда. Что свидетельствует о не полном усвоении программного материала;

0,2 балла / «неудовлетворительно» - выставляется студенту, если обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в торговой терминологии, допускает существенные ошибки. Получены ответы менее чем на 50% заданий.

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

Структура зачетного задания

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
Источники закупок и принципы, учитываемые при выборе поставщиков	15
Объекты коммерческой деятельности: их характеристика. Услуги как специфический товар и объект коммерческой деятельности.	15
Как называют склады, предназначенные для накопления текущих запасов товаров. а) подсортировочно-распределительные б) досрочного завоза в) сезонного хранения г) накопительные	10

Структура экзаменационного билета

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
Форматы предприятий розничной торговли по продаже потребительских товаров и их экономическая эффективность.	15...
Организация торгово-технологическим процессом в магазине, структура, техника и технология управления.	15...
Различают следующие виды организаторов оптового товарооборота: а) оптовые базы, оптовые склады, дистрибьюторы б) агенты, коммивояжеры, разъездные товароведы в) товарные биржи, торговые дома, выставки-продажи, ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки г) специализированные, посреднические, транзитно-	10...

Типовой перечень вопросов к зачету:

1. Структура складских помещений; основные параметры склада. Методика расчета потребности в складской площади.
2. Основные особенности «пакетной» и «контейнерной» перевозки.
3. Какие факторы следует учитывать при выборе оптимальных каналов товародвижения?
4. Какие возможны каналы продвижения товара до потребителя?
5. На каких принципах базируется формирование эффективного технологического процесса товародвижения?
6. Чем обусловлена необходимость строительства складов при организации товародвижения?
7. Каковы признаки, по которым классифицируются склады?
8. Каковы основные виды складских помещений, их рациональная взаимосвязь?
9. Что обозначает понятие «складской технологический процесс» и какие основные операции выполняются в ходе его?
10. На каких принципах базируется рациональный складской технологический процесс?
11. Какие возможны варианты схем технологического процесса на складах?
12. Каково содержание складских операций, при разгрузке товаров, какие факторы определяют их количество и технологию выполнения?
13. Каков порядок приемки товаров по количеству и качеству на складе?
14. Какие выполняются технологические операции по хранению товаров на складах и какие главные факторы следует учитывать при рациональной их организации?
15. Какие возможны варианты технологи отпуски товаров со склада, условия применения каждого из них?
16. Возникновение технологии как науки и ее связь с другими науками.
17. Торгово-технологический процесс и технологические операции: содержание, признаки, структура.
18. Роль складов в процессе товародвижения, их назначение, функции, классификация.
19. Товародвижение: понятие, цель, основные участники процесса и факторы
20. Основные направления развития оптовой торговли в рыночной экономике, ее цели, задачи и функции
21. Сущность и задачи процесса складирования и продажи.
22. Сущность и основные элементы общего технологического процесса на складе.
23. Специфика хранения продовольственных и непродовольственных товаров: режим хранения и способы укладки на хранение.
24. Основные тенденции в технике складирования.
25. Современные виды технологического оборудования, применяемые при складировании. Эффективность их применения в технологиях доставки грузов.
26. Структура площадей и принцип рационального использования зон хранения и продажи.
27. Сущность и задачи процессов перемещения груза внутри склада.
28. Средства транспортировки и разгрузки.
29. Что представляет собой технологический процесс товародвижения, какие операции он включает?
30. Каковы основные участники процесса товародвижения и их роль?
28. Что представляет собой технологический процесс товародвижения, какие операции он включает?
29. Основные участники процесса товародвижения и их роль
30. Факторы учитываемые при выборе оптимальных каналов товародвижения
31. Характеристика каналов продвижения товара до потребителя

32. Основные принципы формирования эффективного технологического процесса товародвижения
33. Основные признаки классификации складов
34. Основные виды складских помещений, их рациональная взаимосвязь
35. Понятие «складской технологический процесс» и основные операции
36. Характеристика основных организационно-правовых форм торговых предприятий
37. Отличительные признаки акционерных обществ
38. Организация малого бизнеса в торговле
39. Основные признаки торговых предприятий, их классификация и функции
40. Основные формы объединения коммерческих предприятий
41. Закупка товаров и факторы её формирования
42. Виды договоров, сфера их применения, особенности заключения и реализации.
43. Оптовые посредники: их виды, необходимость использования оптовых посредников в процессе товародвижения.
44. Этапы закупок товаров.
45. Содержание торговой деятельности и виды коммерческих процессов в торговле
46. Классификация предприятий оптовой торговли
47. Прямые хозяйственные связи, их сущность и преимущества
48. Система хозяйственных связей оптового предприятия и принципы её формирования
49. Договор как форма закрепления, реализации и регулирования хозяйственных связей, его функции.
50. Количественная оценка спроса и ёмкости рынка
51. Сущность и задачи ассортиментной политики
52. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам
53. Торговые дома: их задачи, функции и направления деятельности
54. Формы оптовой продажи и оценка их эффективности
55. Методы оптовой продажи товаров
56. Факторы и этапы формирования ассортимента на оптовых предприятиях
57. Риски профессиональной деятельности
58. Товары и услуги, как объект торговли
59. Закон РФ «О защите прав потребителей».
60. Торговые посредники и их положение на рынке.
61. Товарные запасы и их учет. Причины возникновения товарных потерь
62. Основные виды коммерческих операций
63. Основные виды коммерческой деятельности: товарные биржи, аукционы
64. Характеристика торговых и производственных процессов оптового предприятия
65. Значение и виды оптовых ярмарок. Порядок заключения договоров на ярмарке
66. Инфраструктура оптовой торговли. Оптовые посредники: их виды, необходимость использования оптовых посредников в процессе товародвижения.
67. Особенности организации и управления коммерческой деятельностью на товарных биржах. Структура биржи. Органы управления и исполнительные органы биржи, их функции.
68. Сущность, порядок проведения и организационные формы аукционов.
69. Содержание складского технологического процесса и принципы его организации.
70. Организация и технология хранения и отпуска товаров со склада.
71. Организаторы оптового оборота, их роль в рыночной экономике
72. Аукционы: понятие, отличительные признаки, принцип работы

Практические задания к зачету

1.	Чем отличаются между собой склады высшей категории? а) Тип здания б) Качество коммуникаций
----	---

	в) Качество пола г) Наличие систем контроля входа и выхода сотрудников д) Нет верных ответов
2.	Какова наиболее распространенная сетка колонн на складе? а) 6 *6 б) 18*18 в) 14*14 г) 12 * 12
3.	Дайте определение понятию «товарный склад» а) устройство для бесперебойного снабжения потребителя б) устройство для складирования товаров в) устройство для производственной доработки товаров
4.	Рампа – это: а) устройство для удобства проведения погрузочно-разгрузочных работ, представляющее собой платформу шириной более 6 м; б) устройство для удобства проведения погрузочно-разгрузочных работ, представляющее собой платформу шириной 2,5-6 м; в) помещение для приемки товаров прибывших в нерабочее время; г) помещение для приемки и распаковки товаров
5.	При обнаружении при приемке товаров недостачи количества транспортных единиц следует: а) вернуть товар поставщику как недоукомплектованный б) предъявить претензию поставщику за недопоставку в) приостановить приемку и составить односторонний акт г) принять товар на ответственное хранение до приезда представителя поставщика.
6.	Назовите методы оптовой продажи товаров: а) личный отбор товаров представителем покупателя; б) письменные, телеграфные и телефонные заказы; в) через передвижные склады и разъездных товароведов; г) путем отправления почтовых посылок д) самообслуживание.
7.	Внутрискладской технологический процесс подразделяется на следующие основные части: а) разгрузка транспортных средств, приемка товаров по качеству, приемка товаров по количеству; б) разгрузка транспортных средств, размещение товаров на хранение; в) поступление (приемка) товаров, хранение товаров; г) поступление (приемка) товаров, хранение товаров и отпуск товаров со склада.
8.	Способы штабельной укладки товаров? а) прямая укладка; а) в перекрестную клетку; а) в обратную клетку; а) навалом.
9.	Поставщик товара отказывается явиться на составление коммерческого акта на недостачу товаров. Перечислите последовательность действий материально-ответственных лиц (менеджеров) при сложившейся ситуации: а) товар возвращается поставщику б) акт составляется в одностороннем порядке покупателем в) акт составляется в составе комиссии, где имеются независимые представители из других предприятий и организаций

10.	На процесс товародвижения влияют следующие факторы: а) производственные и транспортные; б) степень сложности ассортимента товаров и физико-химические свойства товаров; в) социально-экономические факторы (денежные доходы, численность, половозрастной и национальный состав населения) и профессиональная подготовка населения; г) направление моды.
11.	Классификация по форме товародвижения включает: а) оптовая торговля, розничная торговля; б) транзитная, складская; в) централизованная, децентрализованная; г) однозвенная, многозвенная.
12.	Что такое склад? а) устройство для бесперебойного снабжения товарами потребителей б) устройство для складирования товаров в) устройство, предназначенное для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже г) все ответы верны
13.	Складскую форму товародвижения целесообразно использовать: а) при поставке в розничную торговую сеть товаров простого ассортимента; б) если минимальные нормы отгрузки производственного предприятия превышают объемы закупок розничного торгового предприятия; в) при поставке в розничную торговую сеть товаров сложного ассортимента, требующих подсортировки; г) при поставке в розничную торговую сеть товаров длительного хранения д) при поставке товаров в районы с высокой плотностью населения
14.	Кольцевой маршрут движения автомобильного транспорта это: а) путь следования между двумя пунктами повторяется неоднократно б) доставка товаров транспортом поставщика в) маршрут следования автомобиля по замкнутому контуру, соединяющему поставщика и покупателей
15.	Прогрессивные технологии товародвижения включают следующие направления: а) контейнерная технология доставки б) «сквозная технология», доставка в таре-оборудовании в) складская форма доставки г) пакетный способ д) централизованная доставка товаров
16.	Методы оптовой продажи со склада: а) по личной отборке покупателями, б) без участия в расчетах, в) через прилавок, г) островная, д) самообслуживание.
17.	Перечислите основные преимущества склада общего пользования: а) высокая степень контроля над операциями; гибкость по отношению к общей политике организации; наличие самого современного оборудования и использование передовых методов при проведении складских операций; б) высокая степень контроля над операциями; гибкость по отношению к общей политике организации; нематериальные выгоды (имидж, впечатление надежности и стабильности); в) гибкость, позволяющая учитывать изменяющийся спрос; наличие самого

	современного оборудования и использование передовых методов при проведении складских операций; облегчение доступа к более широкому географическому региону; г) гибкость, позволяющая учитывать изменяющийся спрос; высокая степень контроля над операциями; нематериальные выгоды (имидж, впечатление надежности и стабильности); д) верного ответа нет.
18.	Процесс физического перемещения товаров от производителя в места продажи или потребления - это ... а) товародвижение б) товароснабжение в) транспортирование
19.	Виды звенности товародвижения: а) складская, транзитная; б) торговая и организационная; в) торговая и складская; г) торгово-организационная и складская.
20.	Децентрализованная доставка – это доставка, которая осуществляется: а) силами и за счет товарополучателя; б) силами и за счет поставщиков; в) одинаковыми партиями; г) через распределительный склад
21.	Понятие товародвижения это: а) процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей до организаторов оптовой торговли; б) комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий оптовой торговли; в) процесс доведения товаров из сферы производства в сферу потребления; г) процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей до поставщиков
22.	Какое определение маятникового маршрута движения автомобильного транспорта правильно? а) путь следования к потребителям продукции б) путь следования между двумя пунктами повторяется неоднократно в) путь следования от автохозяйства к потребителю г) путь следования от ж/д станции до оптового предприятия
23.	Каналы распределения характеризуются: а) числом посредников. б) числом конечных потребителей. в) числом производителей товара.
24.	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
25.	В зависимости от рода товаров и услуг, которыми занимается биржа, различают а) товарные, б) биржа путешествий

	в) фондовые биржи; г) биржи труда. д) биржа инноваций
26.	Различают следующие виды организаторов оптового товарооборота: а) оптовые базы, оптовые склады, дистрибьюторы б) агенты, коммивояжеры, разъездные товароведы в) товарные биржи, торговые дома, выставки-продажи, ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки г) специализированные, посреднические, транзитно-перевалочные
27.	В чем заключается сущность аукциона английского типа? а) начальная ставка за товар очень высока. Цену снижают до тех пор, пока кто-либо из участников не приобретет товар по данной цене; б) начальная ставка за товар невысокая. Цена возрастает в ходе аукционного торга до предложения наивысшей цены; в) все покупатели предлагают свои ставки за товар одновременно, товар продается тому, кто предложит наибольшую цену; г) проводится государственными организациями с целью продажи конфискованных, невостребованных и неоплаченных товаров, заложенного и не выкупленного имущества.
28.	Биржевые товары представляют собой: а) товары с уникальными, специфическими свойствами и качественными характеристиками; б) продовольственные и непродовольственные товары; в) взаимозаменяемые товары, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, качествам, характеристикам и цене; г) сельскохозяйственная продукция, цветные металлы.
29.	Оптовая ярмарка представляет собой: а) постоянно действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу взаимозаменяемых товаров; б) постоянно или периодически действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу товаров различных отраслей по образцам, каталогам; в) постоянно действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу товаров, обладающих уникальными, особыми свойствами и высокохудожественными характеристиками; г) постоянно действующий оптовый рынок сельскохозяйственного сырья и продовольствия с целью стимулирования сельскохозяйственного производства.
30.	Решить ситуацию: Хранение товаров на складе осуществляется в хранилищах, имеющих общую полезную площадь 1200 м². Оценить эффективность использования полезной площади склада, если его общая площадь составляет 2500м².
31.	Какие оптовые предприятия являются специализированными? а) оптовая база д) логистические центры строительных организаций б) аукцион е) торговый дом в) ярмарка ж) торговый агент г) биржа з) брокер
32.	Установление договорных отношений по поставкам товаров между поставщиками и розничными торговыми предприятиями называют.....связями.
33.	Решить ситуацию: ООО «Кондитер» реализует со склада в Москве кондитерские изделия фабрик «Рот-фронт», «Красный Октябрь», «Большевичка». Задание: Составить коммерческое предложение от имени ООО «Кондитер»

	универсаму «Магнит», а затем договор поставки на текущий год.
34.	. Решить ситуацию: Представитель универсама товаровед Петров Н.И. прибыл на оптовую фирму «Радуга» для личной отборки швейных изделий и обуви для универсама. Закупка товаров на фирме «Радуга осуществляется» в зале товарных образцов. Каковы будут действия товароведа в зале товарных образцов по отборке и документальному оформлению оптовой продажи товаров, включая последовательность действий, название оформляемых документов, их количество и назначение
35.	Решить ситуацию: Оптовая фирма, торгующая широким ассортиментом неохлаждаемых продовольственных товаров, планирует расширить объем продаж. Анализ рынка складских услуг региона деятельности показал целесообразность организации собственного склада. Необходимо рассчитать требуемую площадь складских помещений по предложенным исходным данным.
36.	. Оптовая ярмарка представляет собой: а) постоянно действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу взаимозаменяемых товаров; б) постоянно или периодически действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу товаров различных отраслей по образцам, каталогам; в) постоянно действующий оптовый рынок, обеспечивающий продажу товаров, обладающих уникальными, особыми свойствами и высокохудожественными характеристиками; г) постоянно действующий оптовый рынок сельскохозяйственного сырья и продовольствия с целью стимулирования сельскохозяйственного производства
37.	Функции предприятий оптовой торговли: а) кредитование товаропроизводителей; б) определение спроса и предложения на конкретные виды товаров; в) формирование рационального товарного ассортимента; г) содействие кооперированию предприятий и загрузке их свободных мощностей.

Типовой перечень вопросов к экзамену:

1.	Классификация тары и упаковки, их роль в процессе товародвижения Особенности «пакетной» и «контейнерной технологии доставки грузов
2.	Понятие тары, упаковки и многооборотных средств упаковки. Роль и значение тары в технологическом процессе. Классификация и характеристика основных видов тары
3.	Коммерческие предприятия, их виды, типы, функции.
4.	Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности на основе объединения лиц
5.	Организационные объединения: фирма, концерн, конгломерат, консорциум, холдинг
6.	Понятие, цель и сущность товародвижения. Факторы, влияющие на организацию товародвижения
7.	Основные звенья процесса товародвижения: производственные и сельскохозяйственные предприятия; оптовые, розничные и интегрированные предприятия. Их назначение, роль в процессе продвижения товаров
8.	Технология товародвижения. Принципы и условия рационального построения процесса товародвижения
9.	Формы товародвижения. Звенность товародвижения
10.	Торгово-технологический процесс и технологические операции: содержание, признаки, структура

11.	Требования, предъявляемые к таре. Стандартизация и унификация тары. Основные тенденции в совершенствовании тары, мероприятия по сокращению расходов и потерь по таре
12.	Роль, содержание и задачи технологии торговли на современном этапе. Возникновение технологии как науки и ее связь с другими науками.
13.	Коммерческая информация и коммерческая тайна. Способы защиты коммерческой тайны
14.	Оптовая торговля: понятие, сущность, особенности, роль и функции оптовой торговли в системе хозяйственных отношений. Основные направления развития оптовой торговли, ее цели, задачи
15.	Оптовые торговые предприятия: их виды, типы, функции, роль и место в процессе товародвижения.
16.	Оптовые структуры общенационального масштаба и регионального уровня. Независимые оптовики
17.	Предприятия, ведущие торгово-посредническую деятельность оптом, торгово-распределительные центры, торговые дома, ассоциации,
18.	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров
19.	Формирование ассортимента товаров и управление товарными запасами на предприятиях оптовой торговли
20.	Организация коммерческой работы на оптовом предприятии
21.	Независимые торгово-посреднические структуры
22.	Оптовые предприятия, их виды, функции, классификация
23.	Характеристика работы товарных бирж
24.	Организаторы оптового оборота, их виды, функции
25.	Сущность хозяйственных связей и формирование их. Источники закупки товаров. Методы поставки товаров оптовым покупателям и оказываемые им услуги
26.	Инфраструктура оптовой торговли: биржи, ярмарки, выставки, аукционы, продовольственные рынки
27.	Склад: понятие, назначение, функции, классификация. Роль, назначение и функции товарных складов в системе товародвижения, их классификация
28.	Роль, назначение и классификация и функции товарных складов
29.	Технологические и общетехнические требования к устройству складов и функции складов. Параметры склада. Методики расчета потребности в складской площади
30.	Специализация и типизация складов. Структура складских помещений и площадей. Особенности устройства и технологической планировки складов.
31.	Торгово-технологический процесс на складе: понятие, назначение, содержание, принципы его организации. Принципы и особенности его организации и управления
32.	Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров. Требования нормативных документов по приемке. Основные правила и методы приемки по количеству и качеству
33.	Технология размещения, укладки и хранения товаров. Штабельный и стеллажный способы укладки товаров на хранение
34.	Отборка товаров из мест хранения и комплектация партий и отправки. Организация и технология отпуска товаров со склада
35.	Организация управления торгово-технологическим процессом на складе. Структура аппарата склада и функции его работников.
36.	Функции, цели, задачи розничной торговли. Классификация, функции и принципы размещения предприятий розничной торговли. Основные виды розничной торговли, их характеристика
37.	Понятие розничной торговой сети: сущность, состав, виды, принципы размещения. Территориальное размещение розничной торговой сети: факторы, влияющие на

	размещение
38.	Классификация и функции розничных торговых предприятий. Франчайзинговые отношения в торговле
39.	Понятие специализации и типизации предприятий. Стационарная и нестационарная торговая сеть. Мелкорозничная торговая сеть, ее роль в торговом обслуживании населения
40.	Современные форматы предприятий торговли: гипермаркеты, супермаркеты, магазины шаговой доступности, торговые центры
41.	Понятие и содержание процесса доставки товаров в розничную сеть. Способы доставки товаров: сущность, виды, основные операции, методы. Маршруты завоза товаров
42.	Понятие товароснабжения розничной торговой сети, факторы влияния Принципы организации товароснабжения розничных торговых предприятий
43.	Сущность и основные требования, предъявляемые к организации товароснабжения Транзитная и складская формы товароснабжения розничных предприятий
44.	Требования к устройству магазинов: технологические, архитектурно-строительные, экономические и санитарно-гигиенические. Состав, планировка торгового зала магазина и взаимосвязь помещений магазина
45.	Характеристика помещений по функциональному назначению: торговые, для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже, вспомогательные, административно-бытовые, технические
46.	Торгово-технологический процесс, его особенности Значение отдельных составляющих торгово-технологического процесса в организации и проектировании предприятий розничной торговли
47.	Магазинные и внемагазинные формы продажи товаров
48.	Особенности предреализационной подготовки различных товарных групп. Организация и технология приемки товаров; хранение товаров и подготовка их к продаже.
49.	Методы продажи товаров. Содержание торгово-технологического процесса продажи товаров в магазине. Услуги, оказываемые покупателям торговыми предприятиями
50.	Проект, проектирование: основные понятия. Виды проектов. Принципы проектирования. Стадии и этапы проектирования предприятия. Методы проектирования
51.	Организация капитального строительства и ремонта предприятий: понятие, назначение, отличия. Способы строительства. Реконструкция и ремонт предприятия торговли. Собственное строительство, девелоперство: понятия, общность, различия.
52.	Понятие коммерческого риска. Способы снижения риска.
53.	Организация подготовки товаров к продаже, содержание операций. Организация размещения и выкладки товаров в торговом зале с учетом правил мерчандайзинга
54.	Государственное регулирование торговли, его цели и задачи.
55.	Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности на основе объединения капиталов
56.	Отличительные особенности функционирования аукционов
57.	Товарные ярмарки и выставки, их роль и значение в торговой деятельности
58.	Понятие договора, структура, порядок заключения, изменение, расторжение договора. Виды коммерческих договоров
59.	Понятие о товароснабжении розничной торговой сети
60.	Коммерческий риск, методы снижения риска
61.	Источники закупки товаров. Методы поставки товаров оптовым покупателям и оказываемые им услуги
62.	Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности на основе объединения капиталов

63.	Состав, планировка торгового зала магазина и взаимосвязь помещений магазина
64.	Характеристика помещений по функциональному назначению: торговые, вспомогательные, административно-бытовые, технические
65.	Организация и технология приемки товаров; хранение товаров и подготовка их к продаже.
66.	Мелкорозничная торговая сеть, ее роль в торговом обслуживании населения
67.	Организация размещения и выкладки товаров в торговом зале с учетом правил мерчандайзинга
68.	Основные правила и методы приемки по количеству и качеству
69.	Основные тенденции в совершенствовании тары, мероприятия по сокращению расходов и потерь по таре
70.	Аукционы -элемент инфраструктуры коммерческой деятельности
71.	Классификация, виды оптовых предприятий, их функции
72.	Понятие и сущность товародвижения, его формы

Практические задания к экзамену:

1.	<i>Коммерческая деятельность – это: (укажите лишнее)</i> а) купля-продажа товаров; б) удовлетворение спроса потребителей; в) получение прибыли; г) исследование рынка.
2.	<i>К коммерческим процессам относятся:</i> а) погрузка и разгрузка товаров; б) хранение товаров; в) изучение и прогнозирование спроса; г) подсортировка товаров; д) заключение договоров на поставку товаров; е) рекламно-информационная работа.
3.	<i>Определите отличие товарищества от общества:</i> а) товарищество – это объединение лиц, общество – это объединение капиталов; б) в степени ответственности перед кредиторами; в) товарищество – это объединение капиталов, общество – это объединение лиц; г) нет отличий.
4.	<i>Для акционера как особого вида собственника характерны все следующие черты, за исключением:</i> а) не может изъять свой капитал из фирмы; б) не может повлиять на размер своего дохода; в) отделен от управления;
5.	<i>Имеют ли право хозяйственные товарищества и общества выпускать акции:</i> а) да; б) да, но после 5 лет работы; в) нет.
6.	<i>Товарищество на вере называют по другому:</i> а) полное; б) хозяйственное; в) коммандитное; г) частичное.
7.	<i>Главным преимуществом акционерных обществ является:</i> а) возможность выпускать акции; б) возможность привлекать в общество капиталы многих лиц; в) акционеры не отвечают по обязательствам общества; г) возможность получать

	дивиденды по акциям.
8.	<i>Защита информации это:</i> а) процесс сбора, накопления, обработки, хранения, распределения и поиска информации; б) преобразование информации, в результате которого содержание информации становится непонятным для субъекта, не имеющего доступа; в) получение субъектом возможности ознакомления с информацией, в том числе при помощи технических средств; г) совокупность правил, регламентирующих порядок и условия доступа субъекта к информации и ее носителям; д) деятельность по предотвращению утечки информации, несанкционированных и непреднамеренных воздействий на неё.
9.	<i>Риск - это:</i> а) неблагоприятное событие, влекущее за собой убыток; б) все предпосылки, имеющие возможность негативно повлиять на достижение стратегических целей в течение строго определенного временного промежутка; в) вероятность наступления стихийных бедствий либо технических аварий; г) вероятность провала программы продаж; д) вероятность успеха в бизнесе.
10.	<i>Коммерческий риск - это риск, возникающий:</i> а) на коммерческих предприятиях; б) при заключении коммерческих сделок; в) в процессе реализации товаров или услуг; г) в процессе производства товаров или услуг.
11.	<i>Продукт труда, удовлетворяющий ту или иную общественную потребность посредством купли-продажи – ...</i>
12.	<i>Объектами коммерческой деятельности являются:</i> а) страховые компании, б) товары, в) услуги, г) торговые дома, д) ярмарки.
13.	<i>Особые объекты коммерческой деятельности:</i> а) услуги, б) информация, в) рабочая сила, г) ценные бумаги, д) интеллектуальная собственность
14.	<i>Какие предприятия относятся к малым в розничной торговле?</i> а) с численностью работающих до 10; б) с численностью работающих до 15; в) с численностью до 25 человек; г) с численностью работающих до 50 человек
15.	<i>В чем состоят отличительные черты общества с ограниченной ответственностью?</i> а) общество имеет уставный фонд, разделенный на доли, размер которых определяется учредительными документами. Участники общества несут ответственность в пределах своих взносов в уставный капитал; б) уставный капитал общества разделен на доли, размер которых определяется учредительными документами. Участники общества отвечают по его долгам своими взносами в уставный капитал, а при нехватке этих сумм – принадлежащим им имуществом в одинаковом для всех участников размере дополнительно к

	вносу каждого участника; в) все участники общества занимаются совместной предпринимательской деятельностью и несут солидарную ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом; г) общество наряду с одним или более участниками, несущими ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом, включает также одного или более участников, ответственность которых ограничивается взносом в имущество общества. Если в обществе состоят два или более участника с полной ответственностью, они несут солидарную ответственность по долгам общества
16.	<i>Современные виды торговли:</i> а) б) в) г)
17.	<i>Решите ситуацию:</i> Вы, как студент 4-го курса очной формы обучения, организуете небольшой бизнес в свободное от учебы время в соответствии с вашими финансовыми и правовыми возможностями. Вы решили вести бизнес легально, узаконить свои отношения с государством и официально зарегистрировать свое предприятие (организацию). <u>Задание:</u> обоснуйте выбор организационно-правовой формы вашего бизнеса. Проведите тщательный экономический и правовой анализ таких возможных альтернатив
18.	<i>Решите ситуацию:</i> ОАО «Стройка НН» производит сухие строительные смеси в ассортименте для индивидуальных и промышленных потребителей. Предприятие решает расширить границы рынка сбыта своих товаров и реализовывать смеси в регионах, где спрос наиболее активный. <u>Задание А.</u> Изучите потенциальный рынок сбыта сухих строительных смесей. Кто, где и когда в наибольшей степени в них нуждается? <u>Задание Б.</u> Оцените все достоинства и недостатки работы с посредниками (агентами, комиссионерами, дистрибьюторами, брокерами) и создания собственного (нового предприятия) для ООО «Стройка НН». Результат оформите в таблицу
19.	<i>Решите ситуацию:</i> Индивидуальный предприниматель Петров А.С. закупает товары у отечественных и зарубежных производителей, реализует их в Алтайском крае через розничную торговую сеть. <u>Задание.</u> Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование: -Определите статус предпринимателя? -Какой документ подтверждает его деятельность? -В чём особенность риска его деятельности?
20.	<i>Решите ситуацию:</i> Индивидуальный предприниматель Петров А.С. собирается расширить свой бизнес, так как в результате его деятельности появились для этого финансовые возможности. В аналогичной ситуации оказались несколько знакомых Петрову А.С. предпринимателей. <u>Задание.</u> Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование: - какую организационно-правовую форму они могут создать? - какие учредительные документы необходимы для создания и действия новой формы бизнеса предпринимателей? - какая ответственность и особенность управления выбранной формы будет у

	предпринимателя?
21.	<i>Решите ситуацию:</i> Муниципальный магазин намерен создать на своей базе ООО «Глория». В магазине 30 штатных работников. Уставной капитал 10,0 млн. рублей. На момент регистрации Учредитель передаёт со своего баланса на баланс общества 8млн.500 рублей, который поделён на равные доли. <u>Задание.</u> Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование: - с какого момента ООО приобретает статус юридического лица? - какие документы необходимо разработать и утвердить для осуществления деятельности ООО «Глория»?
22.	<i>Функции предприятий оптовой торговли:</i> а) кредитование товаропроизводителей; б) определение спроса и предложения на конкретные виды товаров; в) формирование рационального товарного ассортимента; г) содействие кооперированию предприятий и загрузке их свободных мощностей
23.	<i>Оптовая торговля – это:</i> а) торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием б) процесс обращения объектов собственности посредством возмездных договоров в) торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью г) сфера обмена товарами или группами товаров и услугами между товаровладельцами
24.	<i>Назовите типы торговых посредников, выступающих в каналах распределения от своего имени:</i> а) дилер, дистрибьютор; б) дилер, консигнатор; в) дистрибьютор, агент, брокер; г) комиссионер, агент, брокер.
25.	<i>Под оптовой торговлей понимается:</i> а) продажа товаров для личного потребления или домашнего использования; б) деятельность по продаже товаров розничным торговцам, промышленным, коммерческим, профессиональным пользователям или другим оптовым торговцам; в) продажа товаров другим оптовым или розничным торговцам; г) продажа товаров для личного потребления или домашнего использования, другим оптовым или розничным торговцам.
26.	<i>Классификация оптовых предприятий по роли в процессе товародвижения</i> а) универсальные, специализированные; б) выходные, торгово-закупочные, торговые; в) федеральные, межобластные, областные, межрайонные, районные, городские; г) государственные, муниципальные, кооперативные, акционерные, частные, ведомственные и др
27.	<i>Дистрибьюторы – это, как правило, оптовые посредники...</i> а) проводящие все операции от своего имени и за собственный счет; б) проводящие все операции за свой собственный счет, но от имени компании-производителя; в) совершающие различные операции по сбыту продукции от своего имени за счет компании-производителя; г) совершающие различные операции по сбыту продукции от имени и за счет компании-производителя.
28.	<i>Дилеры – это, как правило, оптовые посредники...</i>

	а) проводящие все операции от своего имени и за собственный счет; б) проводящие все операции за свой собственный счет, но от имени компании-производителя; в) совершающие различные операции по сбыту продукции от своего имени за счет компании-производителя; г) совершающие различные операции по сбыту продукции от имени и за счет компании-производителя.
29.	<i>Транзитная форма оптовой продажи товаров осуществляется:</i> а) от поставщика-изготовителя; б) поставщиком без завоза товаров на свои склады; в) организаторами оптового оборота; г) непосредственно на оптовые базы.
30.	<i>Назовите методы оптовой продажи товаров:</i> а) личный отбор товаров представителем покупателя; б) письменные, телеграфные и телефонные заказы; в) через передвижные склады и разъездных товароведов; г) все указанное выше в пп. 1, 2, 3, а также путем отправления почтовых посылок
31.	<i>В зале товарных образцов оптовой базы сосредоточена основная работа, связанная с:</i> а) организацией продажи товаров; б) поиском поставщиков-производителей; в) подписанием договоров поставки; г) хранением, подсортировкой, упаковкой, маркировкой товаров
32.	<i>Организаторы оптового оборота – это:</i> а) независимые оптовые предприятия-купцы, оказывающие полный комплекс закупочно-сбытовых операций; б) организации не работающие с товаром, но оказывающие услуги по организации оптового оборота (ярмарки, товарные биржи, аукционы, оптовые продовольственные рынки и др.); в) посреднические оптовые структуры, не пользующиеся в своей деятельности, как правило, правом перехода собственности на товар (предприятия брокеры, торговые агенты, комиссионеры и т.п.); г) все вышеперечисленные.
33.	<i>Решите ситуацию:</i> ООО «Кондитер» реализует со склада в Москве кондитерские изделия фабрик «Ротфронт», «Красный Октябрь», «Большевичка». <i>Задание:</i> Составить коммерческое предложение от имени ООО «Кондитер» универсаму «Магнит», а затем договор поставки на текущий год.
34.	<i>Решите ситуацию:</i> Представитель универсама товаровед Петров Н.И. прибыл на оптовую фирму «Радуга» для личной отборки швейных изделий и обуви для универсама. Закупка товаров на фирме «Радуга осуществляется» в зале товарных образцов. Каковы будут действия товароведа в зале товарных образцов по отборке и документальному оформлению оптовой продажи товаров, включая последовательность действий, название оформляемых документов, их количество и назначение
35.	<i>Решите ситуацию:</i> Товаровед-коммерсант по группе «Парфюмерия и косметика» Одинцовской межрайбазы получил распоряжения директора базы выехать в Голицынский район Московской области для проверки состояния торговли парфюмерно-косметическими товарами и активизации розничной и оптовой продажи этих товаров. Каковы будут действия товароведа-коммерсанта для выполнения данного

	поручения?
36.	<i>Какая наиболее распространенная планировка торгового зала в розничных торговых предприятиях?</i> а) линейная б) комбинированная в) боксовая г) островная
37.	<i>Островная планировка — это...</i> а) оборудование размещается параллельными рядами вдоль стен, направляющих потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются параллельно входящему в зал покупательскому потоку; б) оборудование размещается параллельными рядами вдоль стен, направляющих потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются перпендикулярно входящему в зал покупательскому потоку. в) применяется, как правило, при обслуживании через прилавки; представляет собой размещение товаров и оборудования вокруг рабочих мест продавцов; г) представляет собой расстановку оборудования в виде обособленных отделов и секций.
38.	<i>Помещение для хранения тары и контейнеров, экспедиции по доставке товаров на дом, мастерские по ремонту оборудования и инвентаря относятся к:</i> а) техническим; в) подсобным; с) административно-бытовым; д) помещения для приемки, хранения и подготовки к продаже
39.	<i>Решите ситуацию:</i> Покупатель приобрел в магазине "Мир мебели" прихожую. При установке мебели в квартире был обнаружен брак. Покупатель обратился к директору магазина с просьбой заменить мебель на качественную. Работники магазина удовлетворили претензию покупателя только через 34 дня. Как следует поступить в этой ситуации потребителю?
40.	<i>Решите ситуацию:</i> Во время приемки товара по качеству обнаружилось несоответствие товара по качеству, представитель поставщика для участия в приемке не явился. Опишите дальнейшие действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

Тематика курсовых работ/проектов

1. Анализ и совершенствование торговой деятельности посреднического звена
2. Совершенствование организации процесса товародвижения на предприятии.
3. Исследование форм товароснабжения и схем завоза товаров на предприятии розничной торговой сети.
4. Анализ и совершенствование организации коммерческой работы по закупке товаров на предприятии.
5. Изучение форм и методов товароснабжения предприятия розничной торговли.
6. Исследование торговой деятельности предприятия, функционирующего с использованием бизнес-модели франчайзинга.
7. Совершенствование организации лизинговых операций в торговле как формы сотрудничества.
8. Анализ и совершенствование упаковки товара как эффективного коммуникационного средства в торговле.
9. Оценка торгово-технологического процесса в магазине.
10. Исследование техники и принципов складирования на предприятии.

11. Анализ и совершенствование организации операций приемки на торговом предприятии.
12. Исследование технологий перемещения груза внутри склада предприятия с использованием средств транспортировки, складирования и отборки товаров.
13. Совершенствование организации и технологии отпуска товаров со склада предприятия.
14. Исследование основных направлений развития оптовой торговли на предприятии.
15. Организация и совершенствование процесса товародвижения оптового предприятия.
16. Оценка оптового товарооборота потребительских товаров в современных условиях хозяйствования.
17. Анализ и проектирование складского комплекса предприятия торговли.
18. Организация и технология выполнения складских операций и их совершенствование.
19. Исследование и совершенствование работы современного логистического склада.
20. Совершенствование организации торгово-технологического процесса предприятия розничной торговли.
21. Формирование оптимального ассортимента товаров предприятия розничной торговли.
22. Организация и развитие торговой деятельности предприятия малого бизнеса
23. Организация продажи товаров в оптовой организации и методы ее стимулирования.
24. Разработка и внедрение инновационных методов и средств коммерческой работы розничной торговой организации.
25. Использование инновационных технологий в развитии коммерческой деятельности предприятия оптовой торговли.
26. Формы и методы розничной продажи товаров: анализ и совершенствование.
27. Анализ и совершенствование технологической планировки и выкладки товаров предприятия розничной торговли.
28. Исследование и совершенствование торгово-технологического процесса предприятия розничной торговли.
29. Исследование тары как составного элемента процесса товародвижения предприятия.
30. Совершенствование транспортного обеспечения предприятия торговли.
31. Организация и развитие коммерческой деятельности предприятия сетевой торговли.
32. Анализ и совершенствование состава помещений в устройстве магазина.
33. Совершенствование технологии размещения товаров в торговом зале магазина при формировании ассортимента.
34. Совершенствование организации выкладки товаров в магазине с учетом принципов и методов мерчандайзинга.
35. Организация и стимулирование продаж товаров с использованием инструментов мерчандайзинга.
36. Организация и совершенствование процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей.
37. Пути совершенствования прогрессивных форм продажи и методов обслуживания покупателей.
38. Анализ и совершенствование проектных и технологических решений предприятия торговли.
39. Развитие и совершенствование коммерческой работы торговой организации в кризисных условиях.
40. Оценка конкурентной среды и ее влияния на коммерческую деятельность

предприятия.

Курсовая работа (курсовой проект) оценивается в соответствии с Положением о курсовых работах (проектах) в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

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

Таблица 5

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»/«зачтено»	ОПК-1.	ОПК-1.2	Знает верно и в полном объеме: - принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач Умеет верно и в полном объеме: использовать принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач	Продвину-тый
			ОПК-1.3	Знает верно и в полном объеме: - базовые экономические модели, аналитический инструментарий для постановки и решения задач Умеет верно и в полном объеме: - применять аналитический инструментарий для постановки и решения прикладных задач с применением базовых экономических моделей	
		ОПК-2.	ОПК-2.3	Знает верно и в полном объеме: - основные понятия, методы и приемы теории вероятностей и математической статистики, основные методы математического анализа - методы анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения - современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей Умеет верно и в полном объеме: - применять математический аппарат и основные методы математического анализа в профессиональной деятельности - использовать методы анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения - использовать современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей для решения поставленных задач	
70 – 84 баллов	«хорошо»/«зачтено»	ОПК-1.	ОПК-1.2	Знает с незначительными замечаниями: - принципы принятия экономических	Повышен-ный

				решений при решении прикладных задач Знает с незначительными замечаниями -использовать принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач	
			ОПК-1.3	Знает с незначительными замечаниями - базовые экономические модели, аналитический инструментарий для постановки и решения задач Умеет с незначительными замечаниями: - применять аналитический инструментарий для постановки и решения прикладных задач с применением базовых экономических моделей	
		ОПК-2.	ОПК-2.3	Знает с незначительными замечаниями: - основные понятия, методы и приемы теории вероятностей и математической статистики, основные методы математического анализа - методы анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения - современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей Умеет с незначительными замечаниями: - применять математический аппарат и основные методы математического анализа в профессиональной деятельности - использовать методы анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения - использовать современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей для решения поставленных задач	
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»/ «зачтено»	ОПК-1.	ОПК-1.2	Знает на базовом уровне с ошибками: - принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач Умеет на базовом уровне с ошибками: -использовать принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач	Базовый
			ОПК-1.3	Знает на базовом уровне с ошибками: - базовые экономические модели, аналитический инструментарий для постановки и решения задач Умеет на базовом уровне с ошибками: - применять аналитический инструментарий для постановки и решения прикладных задач с применением базовых экономических моделей	
		ОПК-2.	ОПК-2.3	Знает на базовом уровне с ошибками: - основные понятия, методы и приемы	

				теории вероятностей и математической статистики, основные методы математического анализа - методы анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения - современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей Умеет на базовом уровне с ошибками: - применять математический аппарат и основные методы математического анализа в профессиональной деятельности - использовать методы анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения - использовать современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей для решения поставленных задач	
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»/ «не зачтено»	ОПК-1.	ОПК-1.2	Не знает на базовом уровне: - принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач Не умеет на базовом уровне: - использовать принципы принятия экономических решений при решении прикладных задач	Компетенции не сформированы
			ОПК-1.3	Не знает на базовом уровне: - базовые экономические модели, аналитический инструментарий для постановки и решения задач Не умеет на базовом уровне: - применять аналитический инструментарий для постановки и решения прикладных задач с применением базовых экономических моделей	
		ОПК-2.	ОПК-2.3	Не знает на базовом уровне: - основные понятия, методы и приемы теории вероятностей и математической статистики, основные методы математического анализа - методы анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения - современные методы сбора и обработки данных, методы анализа динамики финансовых показателей Не умеет на базовом уровне: - применять математический аппарат и основные методы математического анализа в профессиональной деятельности - использовать методы анализа социально-экономических показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения - использовать современные методы сбора и обработки данных, методы анализа	

				динамики финансовых показателей для решения поставленных задач	
--	--	--	--	---	--