

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Наименование структурного подразделения Экономический институт
Кафедра «Торговое дело»
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Е.С. Тхор
(подпись)
«28» февраля 2025 года



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине**

«Коммерческая деятельность»

(наименование учебной дисциплины)

38.03.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

«Коммерческая деятельность»

(наименование профиля подготовки)

Разработчик (разработчики):

д-р экон. наук, проф.

(должность)

(подпись)

К.А. Болдырев

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры «Торговое дело»
(наименование кафедры)

от «25» февраля 2025 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой

(подпись)

К.А. Болдырев

(ФИО)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Коммерческая деятельность»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один правильный ответ.

1. Укажите вид предпринимательства, который предусматривает постоянные торгово-обменные операции по купле-продаже товаров:

- А) коммерческое
- Б) финансовое
- В) производственное

Правильный ответ А

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

2. Что такое сбыт товаров?

- А) реализация
- Б) реституция
- В) приватизация

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

3. Маркетинговая деятельность включает в себя:

- А) анализ выпуска продукции
- Б) фискальный анализ
- В) логистический анализ
- Г) анализ рынка

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

Задания закрытого типа на установление соответствия

Установите правильное соответствие.

Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

1. Установите соответствие между видами продаж и каналами продаж:

Виды продаж

Каналы продаж

- | | |
|-------------|--|
| 1) Прямые | А) Платформы торгов и финансовые инструменты |
| 2) Интернет | Б) Личный контакт |
| 3) Биржевые | В) Онлайн-платформы и маркетплейсы |

Правильный ответ:

1	2	3
Б	В	А

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

2. Установите соответствие между видами сбытовой политики и её средствами:

Виды сбытовой политики	Средства сбытовой политики
1) Прямая	А) Ограниченный круг дистрибьюторов
2) Интенсивная	Б) Максимальное покрытие рынка»
3) Селективная	В) Продажи без посредников

Правильный ответ:

1	2	3
В	Б	А

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

3. Установите соответствие между видами маркетинговых инструментов и объектами их применения:

Виды инструментов	Объекты применения
1) Реклама	А) Узкий сегмент потребителей
2) Таргетирование продаж	Б) Массовый потребитель
3) Амбассадорство	В) VIP-клиенты
4) Личные продажи	Г) Фанаты и поклонники

Правильный ответ:

1	2	3	4
Б	А	Г	В

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность.

Запишите правильную последовательность букв слева направо.

1. Расположите этапы сбыта продукции в правильной последовательности:

- А) определение потребности
- Б) контакт с клиентом
- В) презентация товара
- Г) сделка

Правильный ответ: Б, А, В, Г

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

2. Установите правильную последовательность маркетингового исследования:

А) составление плана исследования

Б) сбор информации

В) определение проблемы

Г) представление результатов

Д) принятие решений

Правильный ответ: В, А, Б, Г, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

3. Установите правильную последовательность этапов жизненного цикла услуги:

А) насыщенность рынка услугой

Б) планирование и разработка услуги

В) внедрение услуги

Правильный ответ: Б, В, А

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Правила и нормы поведения, принятые в деловом мире, направленные на обеспечение эффективного и корректного взаимодействия между людьми в профессиональной среде – это _____

Правильный ответ: деловой этикет

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

2. Система моральных принципов, норм и ценностей, регулирующих поведение людей в профессиональной и деловой сфере – это _____

Правильный ответ: деловая этика

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

3. Установленные внутри компании правила, стандарты и принципы поведения, которые определяют ожидаемое отношение сотрудников к своей работе, коллегам, клиентам и компании в целом – это _____

Правильный ответ: корпоративные нормы

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Основной этики деловых отношений являются _____

Правильный ответ: универсальные нормы и стандарты / моральные ориентиры и установки / общепризнанные ценности и принципы

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

2. Дресс-код предполагает следование определённой форме _____

Правильный ответ: одежды / костюма / наряда

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

3. Деловой этикет относится к _____ правилам поведения.

Правильный ответ: / неофициальным / неформализованным / неписаным

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

Задания открытого типа с развёрнутым ответом

1. Практическая задача.

Условие задачи: компания занимается производством и продажей экологически чистых и качественных продуктов. На текущий момент компания осуществляет сбыт через несколько каналов:

- собственный интернет-магазин;
- оптовых покупателей;
- небольшие местные магазины.

Однако, в последнее время наблюдается снижение объёмов продаж и увеличение затрат на доставку продукции.

Руководство компании решило провести анализ системы распределения и сбытовой политики с целью выявления проблем и их решения. После изучения ситуации было определено три основных возможных варианта совершенствования системы распределения и сбытовой политики:

- вариант 1 – Оптимизация существующих каналов распределения – улучшение логистики и повышение эффективности работы с текущими партнёрами;
- вариант 2 – Расширение каналов дистрибуции – добавление новых каналов, таких как крупные сетевые магазины и онлайн-платформы, увеличивающие охват, но требующие дополнительных инвестиций;
- вариант 3 – Отказ от оптовых покупателей и концентрация только на прямых продажах – сосредоточение на интернет-продажах, что позволит снизить затраты и увеличить маржу.

Вопрос к задаче. Какой из предложенных вариантов является наилучшим для внедрения?

Время выполнения – 20 мин.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

- правильность ответа;
- выводы.

Ожидаемый результат в виде последовательного решения задачи:

Оптимальным вариантом представляется вариант 2 – решение о расширении каналов дистрибуции. Этот вариант выбран по следующим причинам:

- 1) рост спроса на экологически чистые продукты;
- 2) увеличение охвата аудитории;
- 4) потенциал увеличения объёма продаж.

Выбор расширения каналов дистрибуции позволит компании увеличить объёмы продаж, улучшить финансовые показатели и улучшить имидж бренда. Внедрение данного решения требует начальных инвестиций, однако предполагается, что оно окупится в долгосрочной перспективе за счёт увеличения продаж и снижения затрат в процессе.

Обоснование ответа.

Таким образом, решение о расширении каналов дистрибуции становится наиболее оправданным шагом для достижения устойчивого роста и конкурентоспособности компании на рынке.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

2. Практическая задача.

Условие задачи: торговая компания планирует продавать новый вид товара – бытовую технику и хочет выбрать оптимальную стратегию сбытовой политики. Руководством компании рассматриваются два варианта:

- вариант 1 – Прямая сбытовая политика – продажа товаров напрямую через собственные магазины;
- вариант 2 Косвенная сбытовая политика – продажа товаров через сеть независимых дилеров.

Компания планирует продать 10 000 единиц товара.

При прямой сбытовой политике средняя прибыль с одной единицы товара составляет 1 500 руб., но требуется дополнительно вложить 5 млн руб. в содержание собственных магазинов.

При косвенной сбытовой политике прибыль с одной единицы составляет 1 200 руб., но дополнительных вложений не требуется.

Вопрос к задаче. Какую сбытовую политику выбрать, если цель – максимизировать прибыль?

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

- правильность ответа;
- выводы.

Ожидаемый результат в виде последовательного решения задачи.

Рассчитаем общую прибыль для каждого из вариантов

Прямая сбытовая политика:

Общая прибыль = $(1\,500 \times 10\,000) - 5\,000\,000 = 10\,000\,000$ руб.

Косвенная сбытовая политика:

Общая прибыль = $1\,200 \times 10\,000 = 12\,000\,000$ руб.

Обоснование ответа.

Поскольку косвенная сбытовая политика приносит 12 млн руб., а прямая – только 10 млн руб., компании выгоднее продавать товары через дилеров.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

3. Практическая задача.

Условие задачи. Компания разработала стратегию освоения нового рынка для увеличения объёмов продаж.

Стратегия характеризуется следующими показателями:

- продажная цена единицы товара – 630,0 руб.,
- переменные удельные издержки – 420,0 руб.,
- постоянные издержки на производство продукции – 14,8 млн руб.,
- ожидаемый объём продаж – 75 тыс. изделий.

Вопрос к задаче. Рассчитать точку безубыточности и коэффициент безопасности выхода компании на рынок.

Время выполнения – 30 мин.

Ожидаемый результат:

– обоснованный ответ, который в полной мере отвечает на поставленный вопрос.

Критерии оценивания:

- правильность ответа;
- выводы.

Ожидаемый результат в виде последовательного решения задачи:

1) Точка безубыточности (в натуральном выражении) рассчитывается по формуле:

Точка безубыточности = $\text{Постоянные издержки} / (\text{Продажная цена единицы товара} - \text{Переменные удельные издержки})$

$14\,800\,000 / (630,0 - 420,0) = 70\,476$ изделий.

2) Коэффициент безопасности рассчитывается по формуле:

Коэффициент безопасности = $(\text{Ожидаемый объём продаж} - \text{Точка безубыточности}) / \text{Ожидаемый объём продаж}$

$(75\,000 - 70\,476) / 75\,000 = 0,0603$ или 6,03%.

Обоснование ответа.

Коэффициент безопасности выхода компании на рынок составляет 6,03%. Это означает, что объём продаж может снизиться на 6,03% от планируемого, прежде чем компания начнёт работать в убыток.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.3)

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Коммерческая деятельность» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объёме.

Виды оценочных средств, включённые в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической комиссии
Экономического института

 Е.Н. Шаповалова