

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Экономический факультет
Кафедра «Торговое дело»

УТВЕРЖДАЮ:
Декан Экономического факультета
Е.С. Тхор
2023 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ»

По направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
Профиль подготовки: «Коммерческая деятельность»

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Введение в специальность» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело – 33 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Введение в специальность» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.11.2020 г. № 963, зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2020 г. № 59428).

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. экон. наук, доцент Ларикова Л.Ф.



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Торговое дело» «18» мая 2023 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой
«Торговое дело»



д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

Переутверждена: « » _____ 2023 г., протокол № _____

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: « » _____ 2023 г., протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Экономического факультета «21» апреле 2023 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета



Шаповалова Е.Н.

© Ларикова Л.Ф., 2023 год

© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Целью изучения дисциплины «Введение в специальность» является формирование у студентов навыков и знаний о товаре, как объекте торговой и коммерческой деятельности, овладение знаниями, представлениями и навыками в области теоретических основ товароведения, необходимыми и достаточными для успешного решения проблем, связанных с повышением качества и конкурентоспособности товаров и услуг на внутреннем и международном рынках, а также знаниями для успешной профессиональной деятельности торговых представителей и коммерсантов.

Задачами курса «Введение в специальность» являются:

- понимание основных исторических предпосылок, событий, фактов, явлений, приведших к формированию дисциплины;
- усвоение основополагающих терминов и определений в области торгового дела;
- овладение содержанием специальности (в зависимости от области профессиональной деятельности), включающей следующие направления: организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально - технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности;
- изучение основных видов коммерции и коммерческих операций;
- формирование представления о функциональных сферах деятельности и квалификационных характеристиках должностей, на которых могут работать бакалавры торгового дела.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Введение в специальность» входит в обязательную часть общенаучного блока дисциплин для студентов по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знания о функционировании коммерческих структур и организации их работы.

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Микроэкономика», «Коммерческая деятельность» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Международная экономика и бизнес», «Рекламная деятельность в торговле», «Предпринимательство в торговле».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
<p>ПК-1 Способен проводить предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги</p>	<p>ПК-1.1. Обрабатывает и анализирует информацию о ценах на товары, работы, услуги</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • объекты и задачи будущей профессиональной деятельности; • сущность, особенности и специфику своей профессиональной и торговой деятельности; • методы овладения теоретическими и практическими знаниями по учебным дисциплинам специальности, включая информационные, компьютерные и дистанционные; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать полученные при изучении дисциплины знания для успешного и мотивированного освоения дисциплины; • применять технологии и методы овладения теоретическими и практическими знаниями по специальности, индивидуальной самостоятельной работе в составе творческого коллектива, а также самообразования по учебным дисциплинам; • обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и выбирать пути ее достижения; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками использования основных понятий будущей профессиональной деятельности; • способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности, • способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы;

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объём часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Заочная форма	Очно-заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 ч. (3 зач. ед)	108 ч. (3 зач. ед)	108 ч. (3 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего), в том числе:	51	28	8
Лекции	17	12	2
Семинарские занятия	-	-	-
Практические занятия	34	16	6
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчётно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	57	80	100
Форма аттестации	зачет	зачет	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Актуальность специальности "Торговое дело" и перспективы ее развития. История развития торговых отношений. Специалист в торговом деле как одна из наиболее востребованных специальностей. Необходимые навыки специалиста и перспективы для обладателя профессии. Рабочий день и уровень зарплаты профессионала.

Тема 2. Торговля в системе народного хозяйства. Экономические предпосылки возникновения и функционирования сферы обращения. Экономическое содержание торговой деятельности. Функции торговли в системе общественного воспроизводства. Роль и место торгового предпринимательства в экономике России.

Тема 3. История торгового предпринимательства в России. Развитие торгового предпринимательства в России на различных исторических этапах. Государственная торговля и потребительская кооперация. Развитие торговли в условиях командно-административной экономики.

Тема 4. Государственное регулирование сферы обращения. Основные направления государственного регулирования экономики. Содержание экономических методов государственного регулирования товарного обращения. Методы государственного регулирования рынка. Антимонопольная политика и поддержка предпринимательства. Государственная защита прав потребителей.

Тема 5. Методологические основы организации коммерческой деятельности. Сущность коммерческой деятельности и предпринимательства. Коммерческая система в сфере товарного обращения. Процессы и операции, выполняемые в торговле. Коммерция в производственной и непроизводственной сфере. Проблемы оценки эффективности коммерческой деятельности в современном бизнесе.

Тема 6. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров. Отличительные черты розничного и оптового товарооборота. Классификация оптовых торговцев. Функции розничной торговли и типы розничных предприятий. Особенности и преимущества организации сетевой торговли. Система стимулирования системы

ритейлинга.

Тема 7. Значение системы мерчендайзинга как фактора эффективной торговли. Значение и эффективность франчайзинга на современном рынке товаров и услуг. Сравнительная характеристика видов розничной торговой сети. Предпродажная подготовка товара в торговле. Организация торгово-технологического процесса в магазине.

Тема 8. Психология и этика торговой деятельности. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Деловой этикет предпринимателя-коммерсанта. Организация и ведение деловых переговоров. Коммерческий риск и способы его уменьшения.

Тема 9. Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия. Понятие коммерческой информации и источники её получения. Роль информации в коммерческой деятельности. Источники коммерческой информации. Основные способы защиты коммерческой тайны. Роль товарных знаков в коммерческой работе. Ответственность за незаконное использование полученной коммерческой информации.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объём часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Актуальность специальности "Торговое дело" и перспективы ее развития	2	2	1
2	Торговля в системе народного хозяйства	2	2	1
3	История торгового предпринимательства в России	2	2	
4	Государственное регулирование сферы обращения	2		
5	Методологические основы организации коммерческой деятельности	2		
6	Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	2	2	
7	Значение системы мерчендайзинга как фактора эффективной торговли.	2	1	
8	Психология и этика торговой деятельности	1	1	
9	Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия	2	2	
Итого:		17	12	2

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объём часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Актуальность специальности "Торговое дело" и перспективы ее развития	4	2	2
2	Торговля в системе народного хозяйства	4	2	1
3	История торгового предпринимательства в России	4	2	1

4	Государственное регулирование сферы обращения	4	2	
5	Методологические основы организации коммерческой деятельности	4	2	
6	Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	4	2	1
7	Значение системы мерчендайзинга как фактора эффективной торговли.	4	1	
8	Психология и этика торговой деятельности	2	1	1
9	Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия	4	2	
Итого:		34	16	6

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объём часов		
			Очная форма	Заочная форма	Очно-заочная форма
1	Актуальность специальности "Торговое дело" и перспективы ее развития	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	6	9	12
2	Торговля в системе народного хозяйства	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	6	9	12
3	История торгового предпринимательства в России	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	6	9	12
4	Государственное регулирование сферы обращения	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	6	9	12
5	Методологические основы организации коммерческой деятельности	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	6	9	12
6	Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	7	9	10
7	Значение системы мерчендайзинга как фактора эффективной торговли.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	7	9	10
8	Психология и этика торговой деятельности	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	6	9	10
9	Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	7	8	10
Итого:			57	80	100

4.6. Курсовые работы / проекты по дисциплине «Введение в специальность е» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

- технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

- технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

- технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

- технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

- технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

- технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Практические занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных и информационных (использование электронных образовательных ресурсов) образовательных технологий.

Высокая эффективность педагогического процесса достигается путём конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и / или их

элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли: Учебник для студентов высших учебных заведений / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В.Памбухчиянц. - 11-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2014. - 692 с. - ISBN 978-5-394-01129-0. Режим доступа: - <https://znanium.com/read?id=358571>

2 Денисова, Н.И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: Учебное пособие / Н.И. Денисова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 480 с.(электронный ресурс www.znanium.com)

3. Иванов, Г.Г. Управление торговой организацией: учебник / Г.Г. Иванов, И.С Лебедева, Т.В. Панкина. - М.: ФОРУМ, 2013. - 368 с. (электронный ресурс www.znanium.com).

4. Иванов, Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник / Г.Г. Иванов. - М.: Академия, 2010.- 320 с. (электронный ресурс www.znanium.com).

5. Иванов М.Ю. Организация и технология коммерческой деятельности: Учебное пособие / Иванов М.Ю., Иванова М.В. - М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М 2016. - 97 с.: 70x100 1/32. - ISBN 978-5-9557-0363-3 Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=39860>

6. Никулина, Н.Н. Организация коммерческой деятельности предприятий. По отраслям и сферам применения: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Торговое дело» / Н.Н. Никулина, Л.Ф. Суходоева, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 319 с. (электронный ресурс www.znanium.com).

7. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с.: 60x84 1/16 ISBN 978-5-394-01418-5 Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=94344>

8. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: Учебник / Под общ.ред. проф. Брагина Л. А. и проф. Данько Т.Л. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 256 с.

б) дополнительная литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ.

2. Закон РФ от 08 августа 2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»;

от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в ред. Федеральных законов от 18.10.2007 N 230-ФЗ, от 22.07.2008 N159-ФЗ);

от 23 сентября 1992 г. №3520 -1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (в ред. Федерального закона от 11.12.2002г. № 166-ФЗ, с изм., внесенными Федеральными законами от 27.12.2000 №150-ФЗ от 30.12.2001 № 194-ФЗ, от 24.12.2002 № 1176-ФЗ);

от 29 июля 2004 года № 98-ФЗ «О коммерческой тайне»;

от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

3. Федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

4. Федеральный закон Российской Федерации от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

5. Поведение потребителей: Учебник / О. М. Меликян. - 4-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К^о", 2014. - 280 с. ISBN 978-5-394-01043-9

6. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.Г. Панкратов. - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 500 с. (электронный ресурс www.znanium.com).

7. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - (Высшее образование:Бакалавриат). (электронный ресурс www.znaniium.com)

8. Иванова, Т.Н. Товарный менеджмент: Учебное пособие / Иванова Т.Н., Еремина О.Ю., Евдокимова О.В.; Под ред. Иванова Т.Н. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 234 с. - (Высшее образование:Бакалавриат). (электронный ресурс www.znaniium.com).

9. Баженов, Ю.К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли: учебное пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. - М.: ИД - ФОРУМ , 2014. -96 с(электронный ресурс www.znaniium.com).

Стандарты:

1. ГОСТ Р 51303-99. Торговля: термины и определения. – М.: Госстандарт России,2000.-12 с.
2. ГОСТ Р 51304–2009. Услуги торговли: Общие требования. - М.: Стандартиформ, 2010. – 7 с.
3. ГОСТ Р 51305–2009. Услуги торговли: Требования к персоналу.– М.: Стандартиформ, 2009.- 16с.
4. ГОСТ Р 51773–2009. Услуги торговли: Классификация предприятий торговли. -М.: Стандартиформ, 2010. – 30 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Мониторинг экономических показателей.- [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.budgetrf.ru>

2. Деловая пресса. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.businesspress.ru>

3. Записки маркетолога. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.marketch.ru/index.php6>.

4. Портал о торговом маркетинге. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.trademarketing.ru/>

5. Национальная торговая ассоциация. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.nta-rus.ru>.

6. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического обзорного характера). - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rbc.ru>

7. Российская торговля. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rtpress.ru>

8. Новости и технологии торгового бизнеса. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.torgrus.ru>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

1. Научная электронная библиотека Elibrary.ru. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

2. Электронно-библиотечная система StudMed.ru. – Режим доступа: <https://www.studmed.ru>

3. Научная библиотека им. А.Н. Коняева ЛГУ им. В. Даля. – Режим доступа: <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Введение в специальность» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащённое компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Введение в специальность»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-1. Способен проводить предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги	Пороговый	знать: <ul style="list-style-type: none">• объекты и задачи будущей профессиональной деятельности;• сущность, особенности и специфику своей профессиональной и торговой деятельности;• методы овладения теоретическими и практическими знаниями по учебным дисциплинам специальности, включая информационные, компьютерные и дистанционные;
Основной		Базовый	уметь: <ul style="list-style-type: none">• использовать полученные при изучении дисциплины знания для успешного и мотивированного освоения дисциплины;• применять технологии и методы овладения теоретическими и практическими знаниями по специальности, индивидуальной самостоятельной работе в составе творческого коллектива, а также самообразования по учебным дисциплинам;• обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и выбирать пути ее достижения;
Заключительный		Высокий	владеть: <ul style="list-style-type: none">• навыками использования основных понятий будущей профессиональной деятельности;• способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности,• способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы;

**Перечень компетенций (элементов компетенций),
формируемых в результате освоения учебной дисциплины**

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-1	Способен проводить предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги	ПК-1.1. Обрабатывает и анализирует информацию о ценах на товары, работы, услуги.	<p>Тема 1. Актуальность специальности "Торговое дело" и перспективы ее развития.</p> <p>Тема 2. Торговля в системе народного хозяйства</p> <p>Тема 3. История торгового предпринимательства в России</p> <p>Тема 4. Государственное регулирование сферы обращения</p> <p>Тема 5. Методологические основы организации коммерческой деятельности</p> <p>Тема 6. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров</p> <p>Тема 7. Значение системы мерчендайзинга как фактора эффективной торговли.</p> <p>Тема 8. Психология и этика торговой деятельности</p> <p>Тема 9. Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия</p>	2

**Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1	<p>ПК-1 Способен проводить предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги</p>	<p>ПК-1.1. Обрабатывает и анализирует информацию о ценах на товары, работы, услуги</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • объекты и задачи будущей профессиональной деятельности; • сущность, особенности и специфику своей профессиональной и торговой деятельности; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать полученные при изучении дисциплины знания для успешного и мотивированного освоения дисциплины; • применять технологии и методы овладения теоретическими и практическими знаниями по специальности, индивидуальной самостоятельной работе в составе творческого коллектива, а также самообразования по учебным дисциплинам; • обобщать, анализировать, воспринимать информацию, ставить цели и выбирать пути ее 	<p>Тема 1. Актуальность специальности "Торговое дело" и перспективы ее развития. Тема 2. Торговля в системе народного хозяйства Тема 3. История торгового предпринимательства в России Тема 4. Государственное регулирование сферы обращения Тема 5. Методологические основы организации коммерческой деятельности Тема 6. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров Тема 7. Значение системы мерчендайзинга как фактора эффективной торговли. Тема 8. Психология и этика торговой деятельности Тема 9. Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия</p>	<p>вопросы для обсуждения на практических занятиях; контрольные вопросы; контрольный тест.</p>

			<p>достижения;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками использования основных понятий будущей профессиональной деятельности; • способностью осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладанием высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности, • способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы. 	
--	--	--	---	--

Примеры оценочных средств

1. Примеры тестовых заданий (пороговый уровень)

1. Определите главную цель в процессе коммерческой деятельности:

- а) найти покупателя, поставщика;
- б) получение прибыли благодаря удовлетворению спроса потребителей;
- в) исполнить договор.

2. Выберите наиболее распространенные определения коммерческой деятельности (Выберите два варианта ответа):

- а) основы рыночной системы хозяйствования, использование принципов и приемов коммерции;
- б) особый вид деятельности, связанный с реализацией товаров, от которой зависят конечные результаты торгового предприятия;
- в) оперативно-организационная деятельность по осуществлению операций обмена товарно- материальных ценностей в целях удовлетворения потребностей населения и получения прибыли;
- г) потенциальные возможности коммерческого дела в условиях рыночной конкуренции.

3. Что относится к основным элементам, отражающим содержание коммерческой деятельности (Выберите два варианта ответа):

- а) выбор партнеров для установления хозяйственных связей и каналов продвижения;
- б) преодоление экономического кризиса;
- в) эффективное функционирование рыночной экономики;
- г) управление товарными ресурсами.

4. Определите, что относится к факторам коммерческой деятельности (Выберите два варианта ответа):

- а) научно-информационные ресурсы;
- б) наличие стартового денежного капитала;
- в) контроль исполнения договора поставки;
- г) определение емкости рынка, его сегментов.

5. Какие элементы включены в организацию управления коммерческой деятельностью (Выберите три верных ответа):

- а) задачи;
- б) конкурентоспособность;
- в) функции (работы) в отдельных звеньях;
- г) построение организационной структуры.

6. Экономический эффект обособления товарного обращения от производства заключается в:

- а) обслуживании оборота многих промышленных капиталов;
- б) создании возможности товаропроизводителям работать в более крупных масштабах;
- в) ускорении оборота промышленного капитала;
- г) в получении высоких торговых надбавок.

7. Торговля не является:

- а) видом предпринимательской деятельности, связанным с куплей-продажей товаров и оказанием услуг;
- б) отраслью экономики;
- в) формой товарного обмена;
- г) рынком.

8. Исторические ступени развития товарных отношений имеют следующий хронологический порядок:

- а) обмен товаров с помощью денег, товарное обращение, обмен товаров;
- б) обмен товаров, товарное обращение, обмен товаров с помощью денег;
- в) обмен товаров, обмен товаров с помощью денег, товарное обращение.

9. К функциям торговли не относится:

- а) обеспечение непрерывности воспроизводства на стадии обращения;
- б) удовлетворение спроса потребителей;
- в) разработка новых видов товаров.

10. Торговый капитал – это:

- а) финансовые ресурсы, вложенные в создание и развитие организации, осуществляющей торговлю товарами;
- б) финансовые ресурсы, вложенные в создание нового товара;
- в) финансовые ресурсы, вложенные в ценные бумаги.

11. Конъюнктура торговли – это:

- а) конкретная экономическая ситуация, сложившаяся в торговле в определенный момент времени, а также совокупность причин ее возникновения;
- б) совокупность объектов общего пользования, обеспечивающих условия для торговой деятельности;
- в) результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.

12. Оптовая торговля – это:

- а) торговля товарами с последующей их перепродажей или для профессионального использования;
- б) торговля, осуществляемая по заказам, выполняемым путем почтовых отправок;
- в) внемагазинная торговля;
- г) складская торговля.

13. Розничная торговля – это:

- а) стационарная торговая сеть;
- б) торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью;

в) магазинная торговля.

14. Товар – это:

- а) продукт, произведенный для личного потребления;
- б) продукт, произведенный для обмена или продажи;
- в) продукт труда.

15. Для целей товароведения продукция может быть классифицирована:

- а) по способам изготовления
- б) по способам потребления
- в) по степени переработки
- г) по сфере реализации
- д) по сфере изготовления

16. Товары как объекты товароведной деятельности не имеют среди основополагающих характеристик:

- а) количественную
- б) качественную
- в) субъективную
- г) ассортиментную
- д) стоимостную

17. К принципам товароведения

- относятся: а) технологичность
- б) экологичность
 - в) экономичность
 - г) эффективность
 - д) безопасность

18. Принцип товароведения, определяемый пригодностью товаров, процессов или услуг к совместному использованию, не вызывающему нежелательных взаимодействий.

- а) эффективность
- б) совместимость
- в) безопасность
- г) технологичность
- д) экономичность

19. К элементам систем качества относятся:

- а) ответственность руководства, эффективность управления;
- б) анализ контракта, подготовка кадров;
- в) управление процессами, продажа продукции;

г) внутренние проверки качества, оценка конкурентоспособности продукции.

20. Качество товара – это:

- а) набор необходимых функциональных характеристик товара, которые признаны потребителями обязательными;
- б) способность товара выполнять свое функциональное назначение;
- в) отсутствие у товара видимых дефектов;
- г) все ответы верны;

21. Что включает в себя план-график создания системы качества?

- а) разработка руководства по качеству, план внедрения новой продукции;
- б) разработка политики в области качества, разработка схемы планирования качества;
- в) внутренние проверки системы качества в процессе ее внедрения и разработка системы по результатам проверок, разработка новых и корректировка действующих нормативных документов системы качества;
- г) определение состава и состояния документации системы качества, разработка этапов управления качеством продукции.

22. Одним из основных критериев эффективности системы качества является:

- а) уровень планирования качества;
- б) уровень потерь от брака и рекламаций;
- в) уровень образования персонала;
- г) уровень сертификации систем качества

23. Коммерсант должен обладать следующими личностными характеристиками:

- а) лидерство, ответственность, организаторские способности;
- б) дружелюбное отношение к людям, обходительность;
- в) решительность, быстрота и точность;
- г) инициативность, находчивость, смекалка;
- д) умение рисковать, т.е. способность предвидеть и просчитывать все возможные варианты последствий принятых решений.
- е) все ответы верны;

24. Коммерсант должен обладать профессиональными познаниями и навыками в сферах:

- а) закупки и продажи товаров;
- б) маркетинга;
- в) бухгалтерского учета;
- г) финансирования и налогообложения;
- д) управления и права

25. С точки зрения личностных требований, коммерсанта можно охарактеризовать следующим образом:
- а) готовность рисковать и брать за это на себя ответственность;
 - б) способностью предвидеть и просчитывать все возможные варианты;
 - в) честность, надежность, верность данному слову - это требования, без которых невозможен цивилизованный рынок;
 - г) высокие духовные и физические качества;
 - д) организаторские способности; решительность, быстрота и точность;
 - е) упорство и целеустремленность
26. Основная задача из сферы деятельности менеджера по продажам:
- а) аналитика.
 - б) общение с клиентом.
 - в) продажи.
27. Отметьте общие черты между предпринимателем и менеджером по продажам:
- 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.
28. Какие три составляющие играют для продавца решающую роль в начале процесса анализа 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.
29. Необходимое условие для продажи нового продукта/услуги:
- а) харизматичность продавца.
 - б) давно сложившиеся отношения с предполагаемым клиентом.
 - в) высокая осведомленность продавца о сложившихся на рынке условиях.
30. Основное преимущество для продавца при наличии разработанного и непрерывно пополняемого электронного банка данных:
- а) уверенность в постоянном доступе к самым «свежим» сведениям
 - б) экономия времени
 - в) соответствие профессиональным стандартам.
31. Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:
- а) продажа.
 - б) создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.

в) достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.

32. Почему в процессе телефонного разговора с клиентом предпочтительнее форма глаголов настоящего времени, например, «Вы довольны нашей последней поставкой?» (вместо – «Вы были довольны нашей последней поставкой?»)?

а) так рекомендуют психологи.

б) форма настоящего времени сообщает собеседнику, что он является клиентом, а не был им в прошлом или станет в будущем.

в) так проще формулировать вопросы при разговоре с клиентом.

33. Какие преимущества получает продавец, если с нужным человеком его соединяет по телефону секретарь?

а) можно преподнести свое предложение в наиболее выгодном свете.

б) можно познакомиться с девушкой.

в) можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте.

34. Задачи продавца на многопрофильной выставке:

а) продавать как можно больше.

б) устанавливать новые связи и заключать предварительные договоренности.

в) продвигать свою компанию и ее продукцию.

35. Демонстрационная папка нужна менеджеру по продажам в процессе общения с клиентом для:

а) унификации подхода коммерсанта к процессу переговоров.

б) ссылок на различные документы и материалы, о которых может зайти речь в процессе разговора с клиентом.

в) продвижения своей компании с целью реализации ее стратегических целей.

36. В случае сравнения конкурентов решающее значение имеют два фактора:

а) соотношение цены и качества предоставляемых товаров.

б) соотношение цены и количества предоставляемых услуг.

в) соображения лояльности.

37. Позитивная роль конкуренции заключается в:

а) регуляции динамики цен.

б) стимуляции к развитию сервиса.

в) создании атмосферы гонки.

38. Выгодная цена не всегда является для клиента основным критерием в процессе принятия решения о сделке по причине:
- а) клиент не умеет считать свои деньги.
 - б) запрос клиента предполагает удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.
 - в) клиент пытается манипулировать.
39. Наиболее удачным ответом коммерсанта в ситуации, когда клиент указывает ему на преимущества конкурента, будет:
- а) «Вы не правы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно».
 - б) «Давайте обсудим все преимущества наших конкурентов».
 - в) «Да, у наших коллег есть свои преимущества, а у нас – свои. Давайте поговорим о наших».
40. Какие свои психологические ресурсы продавец должен задействовать в процессе работы с возражениями?
- а) терпение.
 - б) напористость.
 - в) красноречие.
41. Каким будет наиболее профессиональный ответ продавца на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?
- а) «Да, у нас дорого».
 - б) «Да, вы правы, наши цены довольно высоки, причем это напрямую связано с высоким качеством нашей продукции».
 - в) «Ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!»
42. Ключевой клиент – это:
- а) такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и продавцу выполнение значительной части плановых показателей объема продаж.
 - б) представители крупных предприятий.
 - в) партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет.
43. Какие качества должен обнаружить продавец при поступлении рекламации?
- а) умение парировать агрессивные высказывания.
 - б) сострадание и совестливость.
 - в) невозмутимость и понимание состояния клиента.

44. Работа по возвращению клиентов – это:

а) умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.

б) умение приносить извинения за некачественную работу компании.

в) умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой.

45. Задачи продавца на многопрофильной выставке:

а) продавать как можно больше.

б) устанавливать новые связи и заключать предварительные договоренности.

в) продвигать свою компанию и ее продукцию.

46. Выберите три качества, которые наиболее важны для взаимодействия с клиентом?

а) профильное образование, знание своего продукта, привлекательный внешний вид.

б) заинтересованность проблемами клиента, понимание ценности своего продукта, коммуникабельность.

в) стратегическое мышление, энтузиазм, ориентированность на результат.

47. Основная задача продавца — это:

а) презентация продукта.

б) контроль и обеспечение сделки по продаже.

в) привлечение клиента в компанию.

48. Чем продавец похож на собственника бизнеса:

а) продавец развивает свою клиентскую базу, как предприниматель свою фирму.

б) стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки.

в) умение предугадать тенденции развития и выстроить стратегический план.

49. Что наиболее важно продавцу при анализе ситуации на рынке?

а) клиенты, свой продукт, конкуренты.

б) сегментация рынка, SWOT-анализ, ABC анализ.

в) цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.

50. Что влияет на выведение нового продукта в большей степени:

а) харизматичность менеджера по продажам.

б) давно сложившиеся отношения со старыми клиентами.

в) активность менеджера, понимание целевого клиента.

51. Какие преимущества дает продавцу ведение базы данных клиентов:

- а) гарантия от потерь информации.
- б) экономия времени.
- в) возможность выделиться перед руководством в выгодном свете.

52. Какие качества должен обнаружить продавец (коммерсант) при поступлении рекламации?

- а) умение парировать агрессивные высказывания.
- б) сострадание и совестливость.
- в) невозмутимость и понимание состояния клиента.

53. Коммерсант должен быть одет:

а) в дорогой костюм и использовать броские аксессуары для того, чтобы произвести впечатление успешности и запомниться партнерам.

б) в удобной, повседневной одежде (например: джинсы + рубашка или джемпер). Это способствует неформальному общению.

в) деловой стиль, как принято в среде потенциального клиента, опрятно и аккуратно.

54. Для чего нужны продавцу демонстрационные материалы в процессе общения с клиентом?

а) это удобно, так как можно наглядно показать все в картинках и цифрах.

б) так надежнее, клиент сам сможет во всем разобраться и нет риска что-либо забыть.

в) реклама - двигатель торговли. Их нужно оставить после встречи у клиента как напоминание.

55. Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий фактор:

- а) цена.
- б) соотношение цены и качества.
- в) соотношение выгод и затрат.

56. Позитивная роль конкуренции заключается в:

- а) регуляции динамики цен.
- б) стимуляции к развитию сервиса.
- в) интереснее работать, мотивирует.

57. Почему люди приобретают дорогие товары?

- а) не умеют считать свои деньги.
- б) удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.
- в) более дорогие товары - более надежны и качественны.

58. Работу с возражением продавец должен начинать так:
- а) «вы несколько неправы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно».
 - б) «согласен с вами».
 - в) «я понимаю, вашу позицию».

59. Какие свои качества коммерсант использует в работе с возражениями?
- а) терпение.
 - б) напористость.
 - в) красноречие.

60. Розничная продажа отличается от оптовой:
- а) нет отличий
 - б) продажей товаров мелкими партиями
 - в) продажей товаров населению для личного потребления.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольный тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
зачтено	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов теста).
зачтено	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов теста).
зачтено	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74 % вопросов теста).
незачтено	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50 % вопросов теста).

2. Примеры типовых контрольных вопросов (к практическим занятиям и контрольным работам) (базовый уровень)

1. Массовость и уникальность профессии коммерсанта.
2. История профессии коммерсанта, заслуги отечественных и зарубежных ученых.
3. Торговля как вид предпринимательской деятельности.
4. Товары и услуги, как объект торговли.
5. Основные показатели деятельности предприятий торговли.
6. Понятие о профессиональной психологии, этике и этикете. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику.
7. Профессиональная этика в торговле. Деловой этикет предпринимателя-коммерсанта.
8. Организация и ведение деловых переговоров.

9. Деловые письма в коммерческой работе: запрос - ответ на запрос; предложение (оферта) – ответ на предложение (акцент), рекламация (претензия) - ответ на рекламацию.
10. Какова роль информации в коммерческой деятельности?
11. Что такое коммерческая тайна? Каковы формы ее проявления?
12. Основные профессиональные качества, необходимые для торговой деятельности.
13. Личностные и профессиональные требования к товароведу, мерчендайзеру, работнику склада и проч.
14. Основы психологии будущей профессии коммерсанта.
15. Оформление торгового зала: вывески, ценники, выкладка товара.
16. Правила выкладки товара. Особенности мерчендайзинга.
17. Требования, предъявляемые к оформлению административных и вспомогательных помещений. Уголок покупателя.
18. Ассортиментный перечень товаров. Технология закупки товаров.
19. Качество продукции, как совокупность потребительских свойств.
20. Показатели качества. Необходимость обучения проблемам качества, теория Э. Деминга.
21. Основные понятия конкурентоспособности товаров.
22. Способы расчета показателя конкурентоспособности.
23. Документальное оформление торговых операций. Требования к оформлению торговых операций.
24. Квалификационные характеристики должностей в области торгового дела: заместитель директора по коммерческим вопросам, начальник отдела материально-технического снабжения, начальник отдела с быта, начальник отдела маркетинга, менеджер по продажам, экономист по материально-техническому снабжению, экономист по сбыту, биржевой маклер, брокер, дилер.
25. Экономическое содержание торговой деятельности. Роль торгового предпринимательства в экономике страны.
26. Функции торговли в системе общественного воспроизводства и их характеристика.
27. Какие особенности присущи развитию торгового предпринимательства в России на различных исторических этапах?
28. Каким образом политические, экономические и национальные особенности России наложили отпечаток на развитие торгового предпринимательства?
29. Охарактеризуйте ограничивающие факторы для развития торговли в условиях командно-административной экономики.
30. Какое значение для развития торговли имели экономические реформы 1965 и 1986 годов?
31. Какие изменения произошли в торговле в ходе осуществления экономических реформ в 1990-е годы?

32. Чем обусловлена необходимость государственного регулирования рыночной экономики?
33. Каковы направления государственного регулирования рынка?
34. Что понимается под недобросовестной конкуренцией в Законе РФ «О защите конкуренции» (от 2006 г.)?
35. Каково содержание экономических методов государственного регулирования товарного обращения?
36. Сущность коммерческой деятельности и предпринимательства.
37. Процессы и операции, выполняемые в торговле.
38. Сформулируйте цель коммерческой деятельности торговой организации.
39. Показать место торгового дела (коммерции) в организационной структуре крупной компании, холдинга, корпорации.
40. Что включают в себя навыки профессионального поведения предпринимателя-коммерсанта?
41. Каковы отличительные черты розничного и оптового товарооборота?
42. Перечислите функции, осуществляемые оптовиками, для производителей и для розничной торговли.
43. Кем определяется перечень сведений, составляющих коммерческую тайну? Что к ним может относиться?
44. Какие сведения не могут составлять коммерческую тайну?
45. Какие существуют основные способы защиты коммерческой тайны.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«контрольные вопросы (к практическим занятиям и контрольным работам)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
зачтено	Вопросы раскрыты на высоком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 90 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
зачтено	Вопросы раскрыты на среднем уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 75 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
зачтено	Вопросы раскрыты на низком уровне (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ не менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме).
незачтено	Вопросы раскрыты на неудовлетворительном уровне или не представлены на момент их оценивания (обучающийся дал обстоятельный и чёткий ответ менее чем на 50 % всех поставленных вопросов по рассматриваемой теме, не выполнил задание и т.п.).

3. Примеры типовых аналитических и проектных практических заданий (высокий уровень)

Задание 1. Туристическая компания «Турсервис» решила стать туроператором и начать предлагать услуги по привлечению в столицу иностранных туристов. Рынок данной компанией не изучен.

Методов привлечения туристов из-за рубежа компания не знает.

Какие методы привлечения можно использовать?

Как вообще развивать внутренний туризм?

Какую стратегию выхода на рынок Вы можете предложить?

Задание 2. Крупный торговый холдинг принял решение о продвижении новой компании на рынок стоматологических услуг.

Предложите возможные барьеры выхода на рынок новой компании.

Задание 3. Торговое предприятие при объеме продаж 500 единиц товара в год получает доход в 4 тыс. уд.ед. Повышение цены на товар привело к сокращению объема продаж на 20%. На сколько при этом уменьшился годовой доход, если принять, что сокращение спроса на товар обратно пропорционально росту его цены?

Задание 4. Найдите соответствие

универмаг «Детский мир»	предприятие розничной торговли с комбинированным или смешанным ассортиментом товаров
неспециализированный магазин	предприятие, реализующее продовольственные и непродовольственные товары частого спроса преимущественно в форме самообслуживания (торговая площадь — от 100 м ²)
товары повседневного спроса	предприятие, реализующее непродовольственные детские товары (торговая площадь - от 2,5 тыс. м ²)
дом торговли	предприятие, реализующее одежду, обувь и предметы туалета для мужчин и женщин, использующее различные формы обслуживания (торговая площадь - от 1000 м ²)
магазин «Промтовары»	предприятие, реализующее продовольственные товары универсального ассортимента и непродовольственные (сопутствующие товары) частого спроса (торговая площадь - от 400 м ²)
универсам	предприятие, осуществляющее продажу товаров, принятых от отдельных лиц и организаций на комиссионных началах

Задание 5.

Рассчитайте размер переменных накладных расходов оптового предприятия, если известно, что транспортные расходы составили 450 000 рублей, расходы на оплату труда административно-управленческого персонала 500 000 рублей, сумма амортизационных отчислений составила 100 000 рублей, объем товарных потерь составил 150 000 тысяч рублей, расходы на оплату труда торгово-производственного персонала 200 000 рублей, расходы на фасовку продукции составили 60 000 тысяч рублей.

Задание 6.

Затраты на рекламу в розничной сети уменьшились на 30% в 2017 году по сравнению с 2016 годом, они составили 150 тыс. рублей при товарообороте в 28 000 тыс. рублей (2016 год). Доля затрат на рекламу в совокупных издержках составляет 2%. Рассчитайте как изменится уровень издержек обращения по предприятию, если товарооборот упадет на 15%.

Задание 7.

Рассчитайте размер переменных накладных расходов розничного предприятия, если известно, что транспортные расходы составили 200 000 рублей, расходы на оплату труда административно-управленческого персонала 700 000 рублей, сумма амортизационных отчислений составила 70 000 рублей, объем товарных потерь составил 3 000 тысячи рублей, расходы на оплату труда торгово-производственного персонала 1 200 000 рублей, расходы на фасовку продукции составили 120 000 тысяч рублей.

Задание 8.

Затраты на рекламу в розничной сети уменьшились на 25% в 2017 году по сравнению с 2016 годом, они составили 200 тыс. рублей при товарообороте в 36 000 тыс. рублей (2016 год). Доля затрат на рекламу в совокупных издержках составляет 4%. Рассчитайте как изменится уровень издержек обращения по предприятию, если товарооборот упадет на 12%.

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«типовые практические задания»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
зачтено	Задание представлено на высоком уровне (обучающийся в полном объёме (не менее 90 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Задание оформлено в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
зачтено	Задание представлено на среднем уровне (обучающийся в целом (не менее 75 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении задания допущены некоторые неточности относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
зачтено	Задание представлено на низком уровне (обучающийся выполнил не менее половины поставленных задач или допустил существенные неточности в изложении материала, или изложил материал с существенными ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
незачтено	Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.).

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачёт)

(высокий уровень)

1. Организация продаж (мерчандайзинг, атмосфера магазина).
2. Организация электронной торговли.
3. Меры по государственному регулированию и регламентации розничной торговли, и улучшению торгового обслуживания.
4. Коммерческая сделка как правовая форма осуществления коммерческих операций, этапы ее проведения и содержание.
5. Значение ярмарок и выставок в осуществлении коммерческой работы предприятий.
6. Характеристика товара как объекта коммерческой деятельности.
7. Продажа товаров на потовых рынках.
8. Формы кооперации в торговле.
9. Характеристика коммерческой деятельности разных форм розничной торговли.
10. Прямые закупки товаров у производителей.
11. Розничная торговля как основная сфера коммерческой деятельности.
12. Услуги как объект торговой деятельности.
13. Понятие ярмарок и товарно-промышленных выставок.
14. Субъекты коммерческой деятельности: их классификация и характер коммерческих операций.
15. Организация и технология розничной продажи товаров.
16. Виды и цели биржевых сделок.
17. Оптовая продажи товаров: методы, организация и эффективность.
18. Поведение потребителей в процессе продажи.
19. Организация приемки, хранения и подготовки к продаже товаров в розничном торговом предприятии.
20. Способы заключения договоров купли-продажи. Форма договора купли-продажи.
21. Организация системы товароснабжения в розничной торговле.
22. Формы рисков участников коммерческих сделок на рынке.
23. Организационно-экономическая характеристика типов розничных торговых предприятий по продаже продовольственных товаров.
24. Организация оптовых закупок товаров.
25. Ценообразующие факторы и формирование цены на товары в процессе коммерческой деятельности.

26. Формы ведения переговоров о коммерческой сделке и согласование её основных условий.
27. Технология магазинной и внемагазинной форм продажи товаров.
28. Договорная работа с поставщиками и посредниками.
29. Торги как форма соревновательной торговли.
30. Маркирование товаров. Товарный знак и знак обслуживания.
31. Техника проведения биржевых операций.
32. Коммерческая стратегия на российских товарных биржах в условиях формирующегося рынка.
33. Структура торгового процесса и последовательность выполнения операций по доведению товара до потребителей.
34. Государственное регулирование в торговле.
35. Формы, методы и стратегии продаж.
36. Управление торговой политикой – контроль за ассортиментом.
37. Товарная биржа и ее функции.
38. Сущность аукционной торговли, ее организационные формы и этапы формирования.
39. Основные задачи, функции и цели магазина.
40. Торговое обслуживание: услуги торговли, системы, формы и культура торгового обслуживания.
41. Документальное оформление торговых операций.
42. Инфраструктура рынка, конкуренция и ее виды.
43. Формы и методы розничной продажи товаров, их технология и эффективность.
44. Правила торговли на рынке потребительских товаров.
45. Формирование товарного ассортимента, его структура и параметры.
46. Коммерческие связи на рынке товаров и услуг.
47. Сервис обслуживания, его основные стадии.
48. Факторы, влияющие на коммерческую деятельность предприятия.
49. Рынок как сфера коммерческой деятельности, виды и характеристика рынков.
50. Субъекты коммерческой деятельности, организационно-правовые формы юридических лиц, осуществляющих коммерческую деятельность.
51. Товар как объект коммерческой деятельности, классификация товаров, концепция жизненного цикла товара.
52. Коммерческая информация, ее характеристика, виды и источники поступления.
53. Коммерческая тайна и обеспечение ее защиты.

54. Понятие и виды хозяйственных договоров. Характеристика договоров, используемых в коммерческой деятельности.

55. Управление розничной торговли в России на территориальном уровне.

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«Оценочные средства для промежуточной аттестации
(зачёт)»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
зачтено	Ответ представлен на высоком уровне (обучающийся в полном объёме осветил рассматриваемую проблематику, привёл аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.).
зачтено	Ответ представлен на среднем уровне (обучающийся в целом осветил рассматриваемую проблематику, привёл аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
зачтено	Ответ представлен на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.).
незачтено	Ответ представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (обучающийся не готов).

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 «Введение в специальность» соответствует требованиям ГОС ВО.

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

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося 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 бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета



Е.Н. Шаповалова