

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Экономический факультет
Кафедра товароведения и экспертизы товаров

УТВЕРЖДАЮ:

Декан Экономического факультета

Е.С. Тхор

(подпись)

« 24 » апреля 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ»

По направлению подготовки 38.03.07 Товароведение

Профиль: «Товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле»

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью» по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение. – 45с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 985.

СОСТАВИТЕЛЬ:

к.т.н., доцент Попова Я.А.

старший преподаватель Домниченко Р.Г.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров «18» апреля 2023 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой

товароведения и экспертизы товаров  Попова Я.А.

Переутверждена: « » 20 г., протокол №

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии
Экономического факультета

«11» апреля 2023 г., протокол № 4

Председатель учебно-методической

комиссии Экономического факультета  Шаповалова Е.Н.

Структура и содержание дисциплины

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

Цель изучения дисциплины – является формирование у студентов системного представления об основах коммерческой деятельности на предприятиях оптовой и розничной торговли применительно к особенностям их функционирования в современных условиях высококонкурентного потребительского рынка; вооружение студентов теоретическими и прикладными знаниями о коммерческих операциях, выполняемых на различных стадиях процесса товародвижения, путях повышения эффективности коммерческой деятельности на основе развития предпринимательской инициативы.

Задачи:

– получение навыков в установлении правильных хозяйственных связей с поставщиками, в формировании товарного ассортимента на основе глубокого изучения покупательского спроса; в совершенствовании операций по продаже товаров и рациональной организации труда торговых работников;

– изучение общих принципов научной организации торговли – системный подход к изучению вопросов организации торговли и торговых предприятий;

– ознакомление с методами экономического регулирования деятельности торговых предприятий;

– получение студентами навыков решения задач по организации и управлению торговыми предприятиями, начиная с проблемы организации рационального построения процесса товароснабжения торговых предприятий, и заканчивая организацией продажи товаров и обслуживания покупателей в условиях формирования рыночных отношений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация и управление коммерческой деятельностью» относится к циклу профессиональных дисциплин.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин: «Введение в профессиональную деятельность», «Организация торговли» и служит основой для освоения дисциплин «Маркетинг», «Менеджмент в торговой деятельности», «Товарная информация».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-4. Способен организовывать и управлять коммерческой политикой торговых	ПК-4.1 Анализирует коммерческие предложения и выбирает поставщиков товаров с учетом	Знать: принципы выбора коммерческих предложений и поставщиков товаров с

<p>организаций в пределах своих должностных обязанностей, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, закупку и поставку товаров, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности</p>	<p>требований к качеству и безопасности товаров, ассортиментом товаров</p>	<p>учетом требований к качеству и безопасности товаров, ассортименту товаров</p>
		<p>Уметь: анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков товаров с учетом требований к качеству и безопасности товаров, ассортиментом товаров</p>
		<p>Владеть: навыками анализа коммерческих предложений и выбора поставщиков товаров с учетом требований к качеству и безопасности товаров, ассортиментом товаров</p>
	<p>ПК-4.2 Изучает условия осуществления и участвует в определении коммерческой политики предприятия</p>	<p>Знать: условия осуществления и участия в определении коммерческой политики предприятия</p>
		<p>Уметь: осуществлять и участвовать в определении коммерческой политики предприятия</p>
		<p>Владеть: навыками осуществления и участвовать в определении коммерческой политики предприятия</p>
	<p>ПК-4.3 Формирует рекомендации по повышению эффективности торгово-закупочной деятельности и выполнению договорных обязательств</p>	<p>Знать: принципы эффективности торгово-закупочной деятельности и выполнения договорных обязательств</p>
		<p>Уметь: формировать рекомендации по повышению эффективности торгово-закупочной деятельности и выполнению договорных обязательств</p>
		<p>Владеть: навыками формирования рекомендаций по повышению эффективности торгово-закупочной деятельности и выполнению договорных обязательств</p>

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Очно-заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	216 (6 зач. ед)	252 (7 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	102	60
Лекции	34	26
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	68	34
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	36	36
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	114	192
Форма аттестации	экзамен	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение. Сущность, роль и задачи коммерческой деятельности торговых предприятий.

Понятие и сущность коммерческой деятельности. Функции и задачи коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности. Необходимые условия осуществления коммерческой деятельности. Коммерческие службы, их структура и организационное построение.

Тема 2. Психология и этика коммерческой деятельности.

Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику. Этикет предпринимателя-коммерсанта. Организация и ведение деловых переговоров. Деловые письма в коммерческой работе.

Тема 3. Коммерческая информация и ее защита.

Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны. Обеспечение защиты коммерческой тайны. Роль товарных знаков в коммерческой работе.

Тема 4. Спрос на товары, его изучение и прогнозирование.

Потребность как социально-экономическая категория. Классификация потребностей. Классификация спроса и факторы, влияющие на его формирование. Источники информации о спросе населения. Особенности прогнозирования спроса на товары длительного пользования. Конъюнктурная информация.

Тема 5. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в оптовой торговле и в магазине.

Понятие об ассортименте товаров, классификация товарного ассортимента. Формирование ассортимента в розничной торговой сети.

Факторы, влияющие на формирование ассортимента. Принципы и методы построения ассортимента. Назначение и классификация товарных запасов в розничной торговой сети. Управление товарными запасами.

Тема 6. Организация хозяйственных связей в торговле.

Хозяйственные связи: сущность, виды и классификация. Порядок регулирования хозяйственных связей по поставкам товаров. Заказы и заявки на производство и поставку товаров. Договоры купли-продажи в коммерческой деятельности: содержание и виды. Договор поставки товаров: понятие и значение в коммерческой деятельности. Содержание договора, порядок его заключения, изменение, расторжение и исполнение.

Тема 7. Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров.

Сущность, роль и содержание коммерческой работы по оптовым закупкам товаров. Источники поступления и поставщики товаров. Классификация поставщиков. Методы закупки товаров. Организация коммерческих связей, контроль и учет поступления товаров от поставщиков. Оптовые продовольственные рынки и их роль в закупках товаров. Роль и задачи информационно-коммерческих центров, оптовых ассоциаций и предприятий в организации оптовых закупок товаров.

Тема 8. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров.

Оптовая продажа товаров – составная часть коммерческой работы оптового предприятия. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. Нахождение оптовых покупателей товаров и организация хозяйственных связей с ними. Формы оптовой продажи: продажа товаров при транзитном и складском оборотах. Методы оптовой продажи товаров при складском обороте. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам. Организация стимулирования сбыта на предприятиях оптовой торговли. Коммерческая работа по розничной продаже товаров, ее составляющие. Организация торгового обслуживания покупателей. Значение и виды оптовых ярмарок, их цели и характерные черты. Организация работы ярмарок. Классификация ярмарок. Сущность, роль и развитие биржевой торговли. Виды товарных бирж, цели их создания. Виды биржевых сделок, их содержание. Правила ведения биржевой торговли. Понятие аукциона, его организационные виды и формы. Порядок организации и проведения аукциона. Правила аукционной торговли. Тендерные торги: понятие и особенности организации проведения. Развитие лизинга (финансовой аренды). Франчайзинг в рыночной экономике.

Тема 9. Организационные структуры аппарата управления торговых предприятий. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий.

Понятие об эффективности коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на эффективность коммерческой деятельности, их классификация. Показатели экономической эффективности коммерческой деятельности. Предпринимательство и риск. Понятие коммерческого риска, его разновидности. Управление коммерческими рисками и их оценка.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Очно-заочная форма
1.	Введение. Сущность, роль и задачи коммерческой деятельности торговых предприятий.	2	2
2.	Психология и этика коммерческой деятельности	2	2
3.	Коммерческая информация и ее защита	2	2
4.	Спрос на товары, его изучение и прогнозирование	6	4
5.	Формирование ассортимента и управление товарными запасами в оптовой торговле и в магазине	4	4
6.	Организация хозяйственных связей в торговле	4	4
7.	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	4	2
8.	Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	6	4
9.	Организационные структуры аппарата управления торговых предприятий. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий	4	2
Итого:		34	26

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Очно-заочная форма
1.	Введение. Сущность, роль и задачи коммерческой деятельности торговых предприятий.	2	2
2.	Психология и этика коммерческой деятельности	2	2
3.	Коммерческая информация и ее защита	4	2
4.	Спрос на товары, его изучение и прогнозирование	10	4
5.	Формирование ассортимента и управление товарными запасами в оптовой торговле и в магазине	10	4
6.	Организация хозяйственных связей в торговле	10	4
7.	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	8	4
8.	Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	12	8
9.	Организационные структуры аппарата управления торговых предприятий. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий	10	4
Итого:		68	34

4.5. Лабораторные работы (не предусмотрено).

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Очно-заочная форма
1.	Введение. Сущность, роль и задачи коммерческой деятельности торговых предприятий.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	21
2.	Психология и этика коммерческой деятельности	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	21
3.	Коммерческая информация и ее защита	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	10	21
4.	Спрос на товары, его изучение и прогнозирование	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	15	22
5.	Формирование ассортимента и управление товарными запасами в оптовой торговле и в магазине	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	15	21
6.	Организация хозяйственных связей в торговле	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	15	21
7.	Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	15	22

8.	Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	15	21
9.	Организационные структуры аппарата управления торговых предприятий. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	9	22
Итого:			114	192

4.7. Курсовые работы

Тематика курсовых работ

1. Электронная торговля как особый метод реализации товаров.
2. Анализ коммерческой деятельности (на примере торгового предприятия).
3. Анализ и оценка дополнительных торговых услуг (на примере торгового предприятия).
4. Организация оптовых закупок и пути повышения их эффективности (на примере торгового предприятия).
5. Оптовые ярмарки, порядок их работы и эффективность на примере конкретного мероприятия.
6. Роль упаковки и маркировки в обеспечении коммерческого успеха торговой фирмы.
7. Коммерческие операции по оптовой продаже товаров и расчет их эффективности (на примере торгового предприятия).
8. Организация, технология и управление складскими операциями на торговом предприятии.
9. Виды и формы услуг на оптовом рынке (на примере торгового предприятия).
10. Организация особых форм продажи товаров и направление их развития (на примере торгового предприятия).
11. Субъекты и объекты коммерческой деятельности (на примере торгового предприятия).
12. Изучение и формирование спроса потребителей на примере конкретного торгового предприятия.
13. Имидж предприятия как форма эффективной коммерческой деятельности (на примере торгового предприятия).
14. Управление сбытом товаров на оптовом предприятии (на примере торгового предприятия).
15. Организация развития электронной торговли в Луганском регионе.

16. Услуги на рынке товаров в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.

17. Организация хозяйственных связей с поставщиками, их оптимизация и использование в условиях рыночной экономики (на примере торгового предприятия).

18. Коммерческие аспекты ценовой политики торгового предприятия (на примере торгового предприятия).

19. Товарная политика торгового предприятия.

20. Формирование ассортимента товаров в оптовой торговле и пути его усовершенствования на примере конкретного торгового предприятия.

21. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг.

22. Коммерческий риск и пути его снижения на примере конкретного торгового предприятия.

23. Франчайзинг как способ коммерческой деятельности на рынке услуг.

24. Коммерческая деятельность оптового торгового предприятия и пути ее усовершенствования (на примере торгового предприятия).

25. Организация коммерческой деятельности по закупкам товаров на оптовом предприятии (на примере торгового предприятия).

26. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров предприятиями в новых условиях хозяйствования.

27. Организация работы торгового центра и пути повышения эффективности его работы (на примере торгового предприятия).

28. Современные технологии торгового обслуживания населения в предприятиях розничной торговли и их эффективность (на примере торгового предприятия).

29. Развитие коммерческой деятельности розничного торгового предприятия во взаимодействии с маркетингом (на примере торгового предприятия).

30. Организация и технология товароснабжения розничной торговой сети.

31. Организация торговли на рынках (на примере конкретного рынка).

32. Комплекс технологических процессов предприятий торговли и пути их усовершенствования (на примере продовольственных товаров).

33. Применение технологий мерчандайзинга в деятельности торгового предприятия (на примере торгового предприятия).

34. Структура и концепция управления коммерческой деятельностью на розничном предприятии (на примере торгового предприятия).

35. Комплекс технологических процессов предприятий торговли и пути их усовершенствования (на примере непродовольственных товаров).

36. Организация хранения товаров на складе и пути их усовершенствования (на примере оптового торгового предприятия).

37. Организация работы оптового торгового предприятия и резервы повышения его уровня (на примере торгового предприятия).

38. Организация и управление торгово-технологическими процессами в магазине.

39. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия (на примере торгового предприятия).

40. Структура и концепция управления коммерческой деятельностью на оптовом предприятии (на примере торгового предприятия).

41. Роль маркетинга и логистики в системе товарооборота.

42. Коммерческая информация и ее защита (на примере торгового предприятия).

43. Организация продажи товаров в магазинах самообслуживания и пути ее совершенствования.

44. Организация торговли товарами для детей и пути ее совершенствования (на примере торгового предприятия).

45. Роль рекламы в коммерческой деятельности фирмы (на примере конкретного торгового предприятия).

46. Организация фирменной торговли и ее коммерческое обеспечение в условиях рыночной экономики (на примере фирменного магазина).

47. Коммерческая деятельность розничного торгового предприятия и пути ее совершенствования (на примере торгового предприятия).

48. Организация оптовой продажи товаров и пути ее совершенствования (на примере торгового предприятия).

49. Формирование товарного ассортимента в магазине и пути его совершенствования (на примере торгового предприятия).

50. Организационные формы активизации продажи товаров в магазине и их эффективность (на примере торгового предприятия).

51. . Закупочная деятельность розничного торгового предприятия и ее эффективность (на примере торгового предприятия).

52. . Мерчандайзинг в розничной торговле (на примере торгового предприятия).

53. Организация и пути повышения эффективности розничной торговли продовольственными (непродовольственными) товарами в магазине (на примере какой-либо группы товаров).

54. Методы продажи товаров в магазине и пути повышения их эффективности (на примере торгового предприятия).

55. Влияние рекламы на активизацию продажи товаров в магазине (на примере торгового предприятия).

56. Стимулирование продажи товаров в магазине (на примере торгового предприятия).

57. Организация приемки товаров по количеству розничным торговым предприятием и пути ее совершенствования (на примере торгового предприятия).

58. Организация приемки товаров по качеству розничным торговым предприятием и пути ее совершенствования (на примере торгового предприятия).

59. Организация деятельности магазина и пути ее усовершенствования в условиях конкурентной среды (на примере торгового предприятия).

60. Организация работы продовольственного магазина в условиях усиления конкуренции (на примере торгового предприятия).

61. Организация и технология предоставления дополнительных услуг в магазине и пути их усовершенствования (на примере торгового предприятия).

62. Специализация розничного торгового предприятия как фактор повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования на потребительском рынке.

63. Организация хранения товаров в магазине и пути их усовершенствования (на примере торгового предприятия).

64. Организация и пути повышения эффективности розничной торговли продовольственными /непродовольственными товарами на примере конкретного торгового предприятия.

65. Коммерческая деятельность на оптовом рынке и правила ее регулирования.

66. Комплексная оценка эффективности коммерческой деятельности розничных торговых предприятий (на примере торгового предприятия).

67. Совместные предприятия как новая форма международных хозяйственных связей (на примере торгового предприятия).

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);

работа в команде путем совместного обсуждения в группе проведенных расчетов и сформулированных выводов и рекомендаций по ним;

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

технологии активного обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем 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. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности / Памбухчиянц О.В. – М. : Дашков и К, 2014. – 672 с. – ISBN 5-91131-271-9 – Текст: электронный. – URL: https://www.studmed.ru/view/pambuhchiyanc-ov-organizaciya-i-tehnologiya-kommercheskoy-deyatelnosti_d982ac9.html

2. Калиева О.М. Коммерческая деятельность: учебное пособие / О.М. Калиева, Т.Ф. Мельникова, Е.Г. Кащенко, И.Б. Береговая, О.П. Михайлова, Н.В. Лужнова, И.С. Яне; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2017. – 193 с. – Текст: электронный. –

URL: http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/13465/1/35087_20170303.pdf

3. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность. / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. – Минск. : Высшая школа, 2008. – 185 с. ISBN 978-985-06-1605-0 – Текст: электронный. – URL: http://library.lgaki.info:404/2019/Виноградова%20С.%20Н_Коммерческая.pdf

4. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине «Организация и управление коммерческой деятельностью» для студентов по направлению подготовки 38.03.07 «Товароведение» / Р.Г. Домниченко, М.С. Болдырева; ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный университет имени Владимира Даля». – Луганск : 2020. – 48 с.

б) дополнительная литература:

1. Шахшаева Л.М Учебное пособие по дисциплине «Коммерческая деятельность» / Л.М. Шамхаева. – Махачкала: ДГИНХ, 2012. – 351 с. – Текст: электронный. – URL: https://dgunh.ru/content/glavnay/ucheb_deyatel/uposob/up-fgos-14-15-markkomm-3.pdf

2. Поповская С.А. Коммерческая деятельность: краткий курс лекций для студентов / Сост.: С.А. Поповская // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016. – 91 с. – Текст: электронный. –

URL: <https://sgau.ru/files/pages/21838/14703955270.pdf>

г) интернет-ресурсы:

Министерство образования и науки Российской Федерации – <http://минобрнауки.рф/>

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>

Министерство промышленности и торговли Российской Федерации – <https://minpromtorg.gov.ru/>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Электронно-библиотечная система «Znanium.com» – <https://docs.yandex.ru>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

Научная библиотека имени А. Н. Коняева ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ» – <http://biblio.dahluniver.ru/?start=6>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное 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	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	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 «Организация и управление коммерческой деятельностью»

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

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)	
1	ПК-4	Способен организовывать и управлять коммерческой политикой торговых организаций в пределах своих должностных обязанностей, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, закупку и поставку товаров, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности	ПК-4.1	Тема 1. Введение. Сущность, роль и задачи коммерческой деятельности торговых предприятий.	3	
			ПК-4.2			
			ПК-4.3			
					Тема 2. Психология и этика коммерческой деятельности	3
					Тема 3. Коммерческая информация и ее защита	3
					Тема 4. Спрос на товары, его изучение и прогнозирование	3
					Тема 5. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в оптовой торговле и в магазине	3
					Тема 6. Организация хозяйственных связей в торговле	3
		Тема 7. Коммерческая работа по оптовым	3			

				закупкам товаров	
				Тема 8. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров	3
				Тема 9. Организационные структуры аппарата управления торговых предприятий. Эффективность коммерческой деятельности торговых предприятий	3

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-4	ПК-4.1	Знать: принципы выбора коммерческих предложений и поставщиков товаров с учетом требований к качеству и безопасности товаров, ассортименту товаров Уметь: анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков товаров с учетом требований к качеству и безопасности товаров, ассортиментом товаров Владеть: навыками анализа коммерческих предложений и выбора поставщиков товаров с учетом требований к качеству и безопасности товаров, ассортиментом товаров	Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7, Тема 8, Тема 9.	Вопросы для устного опроса и самоконтроля, практические задачи, тесты
		ПК-4.2	Знать: условия	Тема 1,	Вопросы для

		<p>осуществления и участия в определении коммерческой политики предприятия</p> <p>Уметь: осуществлять и участвовать в определении коммерческой политики предприятия</p> <p>Владеть: навыками осуществления и участвовать в определении коммерческой политики предприятия</p>	<p>Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7, Тема 8, Тема 9.</p>	<p>устного опроса и самоконтроля, практические задачи, тесты</p>
	ПК-4.3	<p>Знать: принципы эффективности торгово-закупочной деятельности и выполнения договорных обязательств</p> <p>Уметь: формировать рекомендации по повышению эффективности торгово-закупочной деятельности и выполнению договорных обязательств</p> <p>Владеть: навыками формирования рекомендаций по повышению эффективности торгово-закупочной деятельности и выполнению договорных обязательств</p>	<p>Тема 1, Тема 2, Тема 3, Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7, Тема 8, Тема 9.</p>	<p>Вопросы для устного опроса и самоконтроля, практические задачи, тесты</p>

**Фонды оценочных средств по дисциплине
«Организация и управление коммерческой деятельностью»**

Вопросы для устного опроса и самоконтроля:

1. Дайте определение коммерческой деятельности.
2. Тождественны ли понятия "торговля" и "коммерция"?
3. В чем различие понятий "коммерция" и "предпринимательство"?
4. Какие виды процессов и операций осуществляются в торговле?
5. Охарактеризуйте содержание коммерческой работы в торговле.

6. Охарактеризуйте развитие коммерческой деятельности в ЛНР.
7. Каковы отличия форм и методов коммерческой работы до экономической реформы и после перехода к рыночной экономике?
8. Назовите главные задачи развития и совершенствования коммерческой работы на современном этапе.
9. Что такое этика?
10. Что такое этикет?
11. Дайте понятие коммерческого этикета.
12. Что включается в содержание коммерческого этикета?
13. Изложите основные правила делового обращения и знакомства.
14. Назовите основные правила ведения деловых бесед.
15. Изложите порядок ведения деловых телефонных переговоров.
16. Укажите виды коммерческих писем в деловой переписке.
17. Каковы требования к внешнему облику и манерам делового человека – коммерсанта?
18. Каковы требования к культуре речи коммерсанта?
19. Раскройте сущность определений коммерческой тайны и коммерческих секретов.
20. По каким признакам различаются коммерческие секреты?
21. Как осуществляется правовое регулирование понятия "Коммерческая тайна"?
22. Какие сведения не могут составлять коммерческую тайну предприятия?
23. Какие сведения о деятельности предприятия можно отнести к коммерческой тайне?
24. Каковы возможные каналы утечки информации о деятельности предприятия?
25. Раскройте содержание организационных мер по предотвращению утечки коммерческой информации.
26. Какие технические меры применяются для обеспечения защиты коммерческой тайны?
27. Что вы понимаете под покупательским спросом?
28. Какие задачи реализуются в процессе изучения покупательского спроса?
29. Какие факторы влияют на покупательский спрос?
30. Какие этапы включает жизненный цикл спроса?
31. Какие методы можно использовать для изучения удовлетворенного спроса?
32. Какие методы следует использовать для изучения неудовлетворенного спроса?
33. Какие методы рекомендуются для изучения формирующегося спроса?
34. Какие методы можно использовать для прогнозирования покупательского спроса?

35. Какие факторы формируют конъюнктуру рынка товаров народного потребления?

36. Что собой представляют конъюнктурные обзоры, какова их структура?

37. Для решения каких задач в практической работе торговых организаций используются материалы изучения покупательского спроса и конъюнктуры рынка?

38. Как вы понимаете понятия «товарные ресурсы» и «управление товарными ресурсами»?

39. Каковы цели и задачи по управлению товарными ресурсами?

40. Какие направления коммерческой работы формируют комплексный подход к управлению товарными ресурсами?

41. Какая классификация товаров и ассортимента предусмотрена СТБ 1393-2003 «Торговля. Термины и определения»?

42. Какие источники формирования товарных ресурсов торговой отрасли можно использовать?

43. Как обосновывается потребность в товарных ресурсах для обеспечения объемов продаж?

44. В какой последовательности рекомендуется формировать ассортимент товаров оптовых организаций?

45. Что представляет собой коммерческая работа по управлению товарными запасами на складах оптовых организаций?

46. Каковы особенности управления товарными запасами в оптовых организациях потребительской кооперации?

47. Каковы последствия просчетов при управлении товарными запасами и как они влияют на конечные результаты работы оптовых организаций?

48. Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торговле

49. Договор поставки товаров

50. Договор контрактации

51. Заявки и заказы на товары

52. Прямые договорные связи торговых предприятий с производителями товаров и их эффективность

53. Каково содержание коммерческой работы по оптовым закупкам товаров?

54. Как обосновать объем и структуру закупок, какие методы можно использовать?

55. Каков порядок защиты потребности в товарах для закупки на очередной плановый год?

56. Каково содержание коммерческой работы по выбору поставщиков?

57. Как классифицируются поставщики и каковы критерии их выбора?

58. Какие формы используются при организации оптовых закупок?

59. Каковы особенности внеярмарочной формы оптовых закупок?

60. Как организуются закупки на оптовых ярмарках?

61. Каковы особенности коммерческой работы в розничной торговле?
62. Какие элементы включает коммерческая деятельность в розничной торговле и ее особенности?
63. Какие факторы определяют современные тенденции развития коммерческой деятельности в розничной торговле?
64. Каковы направления коммерческой работы по управлению ассортиментом в торговых объектах розничных торговых организаций?
65. Какие факторы необходимо учитывать работникам коммерческих служб при формировании ассортимента магазина?
66. Какие принципы должны быть соблюдены при формировании ассортимента торговых объектов различных форматов?
67. Каковы основные этапы формирования ассортимента магазинов?
68. Какова роль ассортиментных перечней товаров в управлении ассортиментом в розничной торговле?
69. Каков порядок разработки и утверждения ассортиментных перечней товаров для магазинов?
70. Каковы подходы к формированию ассортимента по потребительским комплексам?
71. В чем особенность формирования ассортимента товаров магазина с использованием ассортиментной модели?
72. Каков порядок контроля за ассортиментом товаров в магазинах?
73. Какие показатели и критерии используются при контроле за ассортиментом товаров?
74. Какая ответственность предусмотрена за несоблюдение требований к ассортименту и нарушение правил торговли им?
75. Какие факторы влияют на эффективность продаж?
76. Какие методы стимулирования продаж вы знаете?
77. Какие средства увеличения продажи товаров используются в торговой практике?
78. Какова роль мерчандайзинга в увеличении продаж и повышении эффективности розничной торговли?
79. Какие коммерческие задачи решает мерчандайзинг?
80. Как организуются оптовые закупки на товарных биржах?
81. Какие виды биржевых сделок используются в коммерческой практике?
82. Как документально оформляются биржевые сделки?
83. Какая ответственность предусмотрена за нарушение правил биржевой торговли и невыполнение биржевой сделки?
84. Что представляет собой аукционная торговля?
85. Какие товары могут быть предметом аукционных торгов?
86. Какие операции выполняются по подготовке и проведению аукциона?
87. Каков порядок ведения аукционных торгов?
88. Какими документами оформляются аукционные сделки и какую ответственность несет стороны по их исполнению?

89. Понятие и сущность лизинга
90. Предмет и субъект лизинга
91. Назовите виды лизинга
92. Порядок заключения и исполнения договора лизинга
93. Сущность франчайзинга
94. Виды франчайзинга
95. Экономические основы франчайзинга
96. Какова роль коммерческой деятельности в обеспечении конкурентоспособности торговой организации?
97. Какие составляющие формируют конкурентоспособность торговой организации?
98. Какие методы можно использовать в практической деятельности работника коммерческой службы для оценки конкурентоспособности торговой организации?
99. За счет чего торговая организация может достигнуть конкурентных преимуществ при работе на рынке?
100. Какова роль коммерческой стратегии в обеспечении конкурентоспособности торговой организации?
101. Какие факторы обеспечивают коммерческий успех торговой организации на рынке?
102. На какие показатели работы торговых организаций оказывает влияние коммерческая деятельность?
103. Какую систему показателей можно использовать для оценки эффективности коммерческой деятельности?
104. Что вы понимаете под коммерческим риском?
105. Какие факторы коммерческого риска вы можете назвать?
106. Какие направления снижения риска вы знаете и какие из них зависят от уровня работы коммерческого аппарата?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству к «вопросам для устного опроса и самоконтроля»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Вопросы для устного опроса и самоконтроля представлены на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Вопросы для устного опроса и самоконтроля представлены на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив неточности и т.п.)
3	Вопросы для устного опроса и самоконтроля представлены на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Вопросы для устного опроса и самоконтроля представлены на

неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил, др.)

Практические задачи:

Задача 1

Составление ответа на запрос.

Дайте ответ на запрос: на основе переговоров с Вашим представителем в апреле этого года, высылаем Вам каталог столовых фарфоровых сервизов с указанием максимальной поставки по всем предлагаемым видам.

Задача 2

Оформление оферты.

Используя приложение 1 и следующие данные, оформите оферту.

Предприятию ООО «Атлант» необходимо приобрести партию бумаги ксероксной «Снегурочка» в количестве 10000 пачек по цене 110 руб. (в т.ч. НДС 18%) за одну пачку в срок до 01 мая текущего года. В качестве поставщика было выбрано АО «Пирамида». Директором предприятия АО «Пирамида» является Бугров А.С., а предприятия ООО «Атлант» – Кочкин Д.Н. Оба предприятия действуют на основании Устава.

Задача 3

1. Ознакомьтесь с материалами изучения реализованного спроса в магазинах города, а именно:

1.1. С учетом реализованного спроса в магазине «Хлеб», проведенным балансовым методом (см. таблица 1).

1.2. С учетом продажи по товарным чекам в магазине «Сувениры» (см. таблица 2).

1.3. С учетом реализованного спроса по данным регистрации продажи товаров за каждый день, в соответствии с ежедневными отчетами контролера-кассира по магазину «Техника» (см. таблица 3).

2. Рассчитайте по таблицам 1-3 объем продажи товаров за неделю и среднедневную продажу. Проанализируйте материалы изучения реализованного спроса в магазинах города и сделайте выводы.

Таблица 1 – Учет реализованного спроса в магазине «Хлеб» (работает без ВЫХОДНЫХ)

Название товара, его характеристика, кг	Цена, руб.	Запасы товаров в торговом зале на начало недели, количество единиц	Поступило в течение недели, количество единиц	Запасы товаров в торговом зале, на конец недели, количество единиц	Продано товаров неделю, количество единиц	Средне-дневная продажа, количество единиц	Средне-дневная продажа, руб.
Хлеб «Украинский»,	10,0	10	1400	10	1400	200	2000

0,87							
Хлеб «Гетманский», 0,7	8,0	5	700	5			
Хлеб «Успенский», 0,7	9,0	10	2100	10			
Булка «Городская», 0,2	7,0	3	1400	3			
Батон «Нарезной», 0,4	11,0	-	700	-			
Сайка, 0,2	6,0	-	1400	-			
Булка «Докторская», 0,2	5,0	3	350	-			
Батон «Пирятинский», 0,35	10,0	-	100	-			

Таблица 2 – Учет продажи товаров по товарным чекам по магазину «Сувениры»

Название товара, его характеристика	Продажа товаров за день (количество единиц)						Всего продано за неделю, количество единиц	Средне-дневная продажа, количество единиц	Средне-дневная продажа, руб.
	1	2	3	4	5	6			
Подвеска «Крестик», золото, вес 1,25г, проба 585, арт. 13701, цена 970,65 руб.	3	6	5	4	3	3	24	4	3882,6
Кольцо, золото, вес 1,75г, проба 585, арт.2382, цена 1185,60 руб.	1	2	-	2	4	3			
Цепочка, золото, длина 60 см, вес 1,5г, проба 585, арт. 10023, цена 1114,90 руб.	3	5	1	4	2	3			
Сережки, серебро, проба 916, арт. 105763, цена 340,00 руб.	2	4	8	6	3	1			
Браслет, серебро, проба 916, арт 507634, цена 517,96 руб.	-	2	1	4	4	1			
Подвеска, серебро, проба 916, арт. 103021, цена 135,20 руб.	4	5	12	2	8	5			

Таблица 3 – Учет реализованного спроса в магазине «Техника»

Наименование товара, его полная характеристика	Цена, руб.	Продажа товаров за день (количество единиц)							Всего продано за неделю, количество единиц	Средне-дневная продажа, количество единиц	Средне-дневная продажа, руб.
		1	2	3	4	5	6	7			
Радиотелефон «Панасоник» SE-4328	1195,0	2	1	-	-	2	-	2	7	1	1195,0
Пылесос «Ровента» РС-605	2590,0	-	1	1	-	2	1	4			
Газовая плита «Ардо» 66406 СВ	11068,0	-	-	2	1	-	1	3			
Газовая плита «Аристон» 6340 Г/С/В/Р	11230,0	-	-	1	3	-	2	3			
Спортивный комплекс «Универсал»	11117,0	-	-	1	-	1	2	2			
Утюг «Филипс» КІ 530	1126,0	1	2		5	1	4	5			
Стирально-сушильная машина «СОШ» ВФП	31980,0	-	-	1	1	-	2	2			

2000											
Холодильник «Минск» 260	25709, 0	1	-	-	2	-	1	3			
Микроволновая печь «Винлоп» АКМ-240	5258,0	-	1	2	1	-	2	4			
Сковорода «Тефаль»	1125,0	1	4	1	-		5	6			

Задача 4

Составьте анкету для покупателя с целью изучения покупательского спроса на определенный вид товара. Проведите опрос в группе и обработайте результаты. Результаты оформите в виде отчета.

Задача 5

Изучение процесса формирования ассортимента на торговом предприятии.

1. Дайте характеристику торговому предприятию.
2. Ознакомьтесь с методикой формирования ассортимента товаров в магазине.
3. Сделайте выводы.

Задача 6

Анализ ассортимента женской одежды. Рассчитать коэффициенты полноты и устойчивости ассортимента в секции женской одежды универмага и дать ему оценку на основе данных, указанных в таблице 4.

Таблица 4 – Результаты проверки соблюдения ассортиментного перечня по женской одежде

Наименование товара	Количество разновидностей по ассортиментному перечню	Фактическое количество разновидностей при проверке		
		1-ой	2-ой	3-ой
Пальто демисезонное	15	16	14	18
Полупальто	4	8	2	4
Куртка тканевая	12	12	14	16
Куртка кожаная	6	4	5	16
Костюм трикотажный	15	14	18	19
Платье	10	14	20	16
Итого:				

Задача 7

Анализ ассортимента молока.

В ЗАО «Универсам 1» в июне месяце в молочном отделе была организована проверка соблюдения ассортиментного перечня, наличия в продаже молока на протяжении рабочей смены (8 часов) и полноты ассортимента молока.

В таблице 5 приведены результаты проверки соблюдения ассортиментного перечня в молочном отделе универсама.

Таблица 5 – Результаты проверки соблюдения ассортиментного перечня по молоку в ЗАО «Универсам 1»

Ассортимент молока	Количество наименований по ассортиментному перечню	Фактическое количество разновидностей при проверке по датам				
		11.06	14.06	17.06	21.06	24.06
Молоко пастеризованное	5	4	3	2	4	4
Молоко стерилизованное	2	3	3	2	3	1
Молоко топленое	3	1	1	2	2	2
Молоко детское	2	2	1	2	1	1
Итого:						

В таблице 6 представлены результаты наблюдения наличия молока в продаже на протяжении рабочей смены.

Таблица 6 – Результаты исследования стабильности ассортимента молока в ЗАО «Универсам 1»

Время работы магазина, часы	Дата проверки и время наличия товара в продаже, мин.				
	11.06	14.06	17.06	21.06	24.06
9.00-10.00	30	60	45	20	30
10.00-11.00	-	45	60	45	-
11.00-12.00	30	15	45	-	30
12.00-13.00	60	30	-	50	60
13.00-14.00	60	-	30	60	40
14.00-15.00	25	55	60	30	-
15.00-16.00	15	60	60	-	25
16.00-17.00	50	20	60	60	60
Итого:					
Продолжительность рабочей смены:					

В таблице 7 зафиксированы результаты исследования полноты ассортимента молока, имевшего в продаже на момент проверки.

Таблица 7 – Результаты изучения полноты ассортимента молока в ЗАО «Универсам 1»

Наименование молока	Дата проверки ассортимента				
	11.06	14.06	17.06	21.06	24.06
Молоко пастеризованное					
1% жира	-	-	-	-	-
1,5 % жира	1	1	1	1	1
2,5 % жира	1	1	1	1	1
3,5 % жира	-	-	1	1	1
6 % жира	1	1	1	1	1
Молоко стерилизованное					
3,2 % жира	1	1	1	1	1
3,5 % жира	1	-	1	-	1
Молоко топленое					
1 % жира	-	-	-	-	1
1,5 % жира	1	-	-	-	-

2,5 % жира	-	1	1	1	-
Молоко детское					
2 % жира	-	-	-	1	1
3 % жира	-	1	-	-	-

Задача 8

Заключение договора на поставку товаров.

От швейной фабрики ЗАО «Луч» 10 ноября предшествующего года поступило коммерческое предложение за № 105 магазину «Одежда» заключить договор на поставку швейных изделий на будущий год. Швейной фабрике предлагается в течение 20 дней разработать и представить поставщику проект договора на поставку швейных изделий.

Задание выполняется в два этапа:

1-й этап: составляется спецификация к проекту договора поставки швейных изделий на будущий год с учетом приведенных ниже данных;

2-й этап: разрабатывается текст проекта договора поставки швейных изделий, исходя из приведенных ниже основных положений договора поставки и примерной его формы.

Условия и исходные данные для выполнения задания:

Для расчета суммы поставки и составления обоснованной спецификации к договору коммерческий аппарат магазина «Одежда» должен использовать данные предшествующего года.

В предшествующем году на швейной фабрике магазином «Одежда» было закуплено одежды на 9140,0 тыс. руб. в следующем ассортименте (таблица 8).

Таблица 8 – Ассортимент закупленных швейных изделий магазином «Одежда» за предшествующий год

№ п/п	Наименование швейных изделий	Общий объем закупки, тыс. руб.	Удельный вес закупки швейных изделий в групповом ассортименте, %	В том числе внутри-групповой удельный вес, %	Остаток товаров на начало нового закупочного года, тыс. руб.	Примечание
1	2	3	4	5	6	7
1.	Мужская одежда, в том числе:	1660,0	18,2			
	1.1. Пальто, в том числе:	249,0		15,0		
	а) демисезонное	107,7			37,0	
	б) зимнее шерстяное (суконное)	93,3			40,0	
	в) искусственное набивное	48,0				спрос не удовлетворен
	1.2. Плащи	332,0		20,0		
	1.3. Куртки, в том числе:	581,0		35,0		
	а) легкие	278,8			120,0	

	б) утепленные	302,2				спрос не удовлетворен
	1.4. Костюмы, в том числе:	166,0		10,0		
	а) из шерстяной ткани	122,3			45,0	
	б) из смесовой ткани	43,7				
	1.5. Пиджаки (смесовые)	83,0		5,0		
	1.6. Брюки, в том числе:	166,0				
	а) шерстяные	54,5		10,0	21,0	
	б) джинсовые, смесовые	111,5				
	1.7. Сорочки верхние, в том числе:	83,0		5,0		
	а) хлопчатобумажные	29				
	б) смесовые	54				

Продолжение таблицы 8

1	2	3	4	5	6	7
2.	Женская одежда, в том числе:	3901,0	42,7			
	2.1. Пальто	1950,5		50,0		спрос не удовлетворен
	2.2. Плащи	780,2		20,0	80,0	
	2.3. Платье	975,25		25,0	75,0	
	2.4. Блузки, юбки, халаты и др.	195,05		5,0		спрос не удовлетворен
3.	Одежда для девочек, в том числе:	2334,0	25,5			
	3.1. Пальто	939,6		40,3	61,5	
	3.2. Куртки	581,0		24,9		спрос не удовлетворен
	3.3. Платье	464,8		19,9		спрос не удовлетворен
	3.4. Другие изделия	348,6		14,9		спрос не удовлетворен
4.	Одежда для мальчиков, в том числе	1245	13,6			
	4.1. Пальто	311,3		25,0	45,0	
	4.2. Куртки	498,0		40,0		спрос не удовлетворен
	4.3. Костюмы	124,5		10,0	25,0	
	4.4. Брюки	186,7		15,0		спрос не удовлетворен
	4.5. Сорочки и другие изделия	124,5		10,0		спрос не удовлетворен
Итого:		9140,0	100			

Задача 9

На проект договора поставки швейных изделий, полученный от швейной фабрики, коммерческому аппарату магазина «Одежда» на основе анализа основных положений проекта договора составить протокол разногласий, учитывающий интересы заказчика.

Задача 10

Поставщик – торгово-производственная фирма «Ромашка», представил покупателю – магазину «Мир детства» проект договора поставки детских игрушек с условием обязательной предоплаты товара. Какую формулировку этого условия договора вы укажете от имени покупателя?

Задача 11

В проекте договора поставки Славянскому торговому дому фирмой «Атлант» предусмотрена поставка масла растительного на 20__ г. на сумму 500 тыс. руб. Составьте по изложенному условию проекта договора от лица покупателя протокол разногласий.

Задача 12

Согласно договору торговый дом «Ирис» поставил Славянскому торговому дому парфюмерно-косметические товары на сумму 800 тыс. руб. При приемке поступивших изделий комиссия Славянского торгового дома установила, что одеколон «Сирень» на сумму 10 тыс. руб. по качеству не соответствует требованиям сертификата. Как должен поступить коммерческий отдел Славянского торгового дома в сложившейся ситуации?

Задача 13

Составьте разрядку на отгрузку товаров.

Условия и исходные данные для выполнения задания. В результате согласования проекта договора между Екатеринбургской швейной фабрикой и ООО «Успенский» на поставку швейных изделий в 20__ г. поставщик согласился с предложением о включении в договор на правах дольщиков двух крупных магазинов, торгующих швейными изделиями.

В связи с этим важным мероприятием, обеспечивающим четкую поставку швейных изделий в указанные магазины, является своевременное представление разрядки на отгрузку (доставку) товаров в магазины. Остальная часть швейных изделий должна завозиться на центральную оптовую базу ООО «Успенский».

№ п/п	Наименование ассортимента	Ассортиментные признаки (артикул, размер, фасон и т. д.)	Всего	В том числе по кварталам			
				I	II	III	IV

По спецификации (подписанной к договору) поставку швейных изделий осуществляют по кварталам ежемесячными равными партиями.

Задача 14

Товаровед-коммерсант по группе «Парфюмерия и косметика» Ростовской парфюмерной фабрики получил распоряжение выехать для проверки состояния торговли парфюмерно-косметическими товарами и активизации розничной и оптовой продажи этих товаров в город Луганск. Каковы будут действия товароведа-коммерсанта для выполнения данного распоряжения?

Задача 15

Представитель универмага товаровед Петров Н.И. прибыл на оптовую фирму «Радуга» для личной отборки швейных изделий и обуви для универмага. 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.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «практические задачи»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Задача решена и оформлена полностью (правильный результат расчета, даны все необходимые пояснения и таблицы)
4	Задача решена и оформлена на среднем уровне (правильный результат, оформление не соответствуют требованиям)
3	Задача решена на низком уровне (ошибка в расчетах, пояснения не точны, оформление не соответствуют требованиям)
2	Задача решена на неудовлетворительном уровне (выбран неверный алгоритм, пояснения отсутствуют)

Тесты:

1. Какое из приведенных определений наиболее соответствует понятию "коммерция"?

- а) организация оптовой торговли через склады;
- б) комплекс торгово-организационных операций, направленных на совершение процесса купли-продажи, оказание торговых услуг;
- в) продвижение товаров на рынок;
- г) розничная торговля для удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли.

2. Функциями коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий являются:

- а) изучение спроса и потребности в товарах;

б) выбор поставщиков, формирование хозяйственных связей;
в) оптовая и розничная продажа, реклама;
г) указанное в пп. а, б, а также управление товарным ассортиментом и товарными запасами.

3. Для оптовой торговли не свойственно:

а) закупка крупных партий товаров у производителей;
б) приспособление товарного ассортимента к нуждам промежуточных покупателей;
в) концентрация значительных материальных ресурсов;
г) осуществление продажи конечным потребителям.

4. К коммерческим процессам в торговле относятся:

а) подсортировка;
б) хранение товаров, транспортировка, разгрузка;
в) заключение договоров, розничная продажа, реклама;
г) оптовая закупка, оптовая продажа, упаковка, фасовка.

5. Коммерческий агент - это:

а) посредник при заключении биржевых сделок, действующий по поручению и за счет клиентов;

б) независимый оптовый посредник, торгующий от своего имени, имеет право собственности на товар;

в) независимый предприниматель, который имеет дело с покупкой 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.

6. Унитарное предприятие - это предприятие, которое:

а) действует на основе коммунальной собственности территориальной общины;

б) действует на основе смешанной формы собственности;

в) создается одним учредителем, который выделяет необходимое имущество, формирует уставный фонд, утверждает устав, руководит, осуществляет наем персонала;

г) действует на основе государственной собственности.

7. Спрос-это:

а) объем и структура продаж за определенный период;

б) форма проявления потребности, обеспеченная денежными средствами;

в) формирование новых потребностей;

г) состояние товарного рынка.

8. Спрос формирующейся, - это:

а) спрос на новые товары;

б) часть спроса населения, что фактически удовлетворена в результате покупок товаров;

в) спрос на товары, которые в определенный момент отсутствовали в продаже;

г) импульсные покупки.

9. На основании формулы товарного баланса объем реализованного спроса в розничном предприятии определяется так:

а) $P = Z_{н-П+Д} + Z_{к}$;

б) $P = Z_{н+П-Д-З_{к}}$;

в) $P = Z_{н+П+П-З_{к}}$;

г) $P = Z_{н-П-Д+З_{к}}$.

10. Для определения реализованного спроса в розничной торговле используют следующие методы:

а) балансовый метод (по данным о запасах и поставках товаров);

б) учет продажи по товарным чекам;

в) учет по данным материалов инвентаризации;

г) все варианты ответов правильные.

11. Неудовлетворенный спрос в розничном предприятии можно изучать на основании:

а) учета информации с контрольно-кассовых аппаратов, регистрации в журнале каждой проданной единицы товара;

б) сканирование информации со штрих-кодов, нанесенных на каждый товар;

в) учета количества дней, в течение которых товар отсутствовал в продаже;

г) материалов инвентаризации.

12. Для изучения спроса оптовых покупателей используют такие методы:

а) обобщение и анализ материалов изучения потребительского спроса в розничном звене;

б) учет оптовой реализации товаров и движения товарных запасов на складах оптовика;

в) организация выставок-продаж в магазине;

г) проведения опросов потребителей в магазине.

13. К факторам, которые влияют на формирование спроса, относятся:

а) уровень производства товаров и его структура;

б) уровень денежных доходов населения, уровень цен;

в) состояние торговли, степень обеспеченности населения товарами;

г) указанное в пп. а, б, в, а также численность и состав населения, мода, реклама.

14. Товарная номенклатура - это:

а) совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение;

б) совокупность товаров определенного класса, имеющая похожий состав потребительских свойств и показателей;

в) совокупность товаров определенного вида, выделенных по ряду отдельных признаков;

г) совокупность всех ассортиментных групп товаров.

15. Вид товаров - это:

а) совокупность товаров определенной группы, объединенных общим названием и назначением;

б) совокупность различных видов, сортов, размеров, фасонов и других разновидностей товаров;

в) разные модели одного вида, которые различаются по таким признакам, как размер, цвет, фасон и др;

г) ассортимент товаров, представленный в магазине.

16. Широта ассортимента - это:

а) количество ассортиментных позиций в каждой конкретной группе;

б) общая численность ассортиментных групп;

в) общее количество товаров;

г) степень близости между товарами.

17. Товары простого ассортимента — это:

а) разновидность товаров внутри каждой товарной группы;

б) набор товаров, объединенных по определенному признаку;

в) товары, однородные с сырьем, имеют незначительное количество видов, размеров, цветов;

г) большое разнообразие ассортиментных позиций, к которым относятся большинство непродовольственных товаров.

18. Сопутствующие товары - это:

а) дополнение к основному ассортименту товаров;

б) главная часть ассортимента;

в) самостоятельные изделия, которые требуют совместного применения;

г) несколько групп товаров, связанных единством спроса.

19. Комплексы, предназначенные для определенных контингентов покупателей, включают:

а) товары для дачи, товары для пляжа;

б) товары для женщин, товары для мужчин, товары для детей;

в) смешанный ассортимент;

г) подарки.

20. Ассортиментный перечень - это:

а) удельный вес товарных групп, подгрупп, видов товаров в общем ассортименте;

б) перечень товарных групп, которые входят в номенклатуры;

в) минимальный перечень товаров, который должен быть в продаже;

г) список наименований продукции, представленный в продаже.

21. Договор имеет следующие функции:

а) юридически закрепляет отношения между партнерами;

б) определяет порядок, способы и последовательность совершения действий партнерами;

в) предусматривает способы обеспечения обязательств и последствия их невыполнения;

г) все ответы правильные.

22. *Заключать договор от имени предприятия без доверенности имеет право:*

- а) руководитель предприятия;
- б) руководитель предприятия, бухгалтер;
- в) менеджер структурного подразделения, учредитель предприятия;
- г) трудовой коллектив.

23. *Договор считается заключенным:*

- а) после проведения устных договоренностей об ассортименте товаров;
- б) если между сторонами достигнуто соглашение по всем существенным его условиям;
- в) после встречи с партнером;
- г) если имеется согласие руководителя предприятия - контрагента сделки.

24. *Спецификация - это:*

- а) свидетельство о качестве товаров;
- б) часть договора поставки, где указывается развернутый ассортимент товаров;
- в) часть договора, где указывают объем товарооборота и его структуру;
- г) предложение заключить договор.

25. *Неустойка - это:*

- а) денежная сумма или другое имущество, которые должник должен передать кредитору в случае нарушения должником обязательства;
- б) поручительство перед кредитором должника на исполнение им своих обязанностей;
- в) гарантия перед кредитором, выполнение должником своих обязанностей;
- г) задаток в платежах.

26. *К предварительным операциям по закупкам относятся:*

- а) заключение договоров на поставку товаров;
- б) изучение покупательского спроса;
- в) приемка товаров;
- г) оперативный контроль за поставкой товаров.

27. *Заключительные операции по закупкам включают:*

- а) уточнение объема и развернутого ассортимента товаров;
- б) проведение коммерческих переговоров;
- в) составление коммерческого предложения;
- г) оформление и предъявление штрафных санкций за нарушение условий договоров.

28. *Непосредственно закупочные операции включают:*

- а) заключение договоров на поставку товаров;
- б) транспортировку товаров;
- в) составление прайс-листов;
- г) определение источников закупки и поставщиков.

29. *По функциональному признаку поставщиков можно разделить на:*

- а) внутрисистемные, внесистемные;

- б) местные, внеобластные, национальные, зарубежные;
- в) государственные, частные, кооперативные;
- г) поставщики-производители, поставщики-оптовые предприятия.

30. 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.

31. Оптовый оборот по реализации товаров включает:

- а) продажа товаров розничным торговым предприятиям;
- б) продажа товаров для переработки на производственных предприятиях;
- в) продажа товаров государственным бюджетным учреждениям;
- г) все варианты ответов правильные.

32. Складской оборот предусматривает:

- а) организацию продажи товаров со своих складов;
- б) поставка товаров с промышленных предприятий-поставщиков в розничную сеть;
- в) перемещение товарных ресурсов из одних районов в другие;
- г) хозяйственные связи между производителями.

33. Условия применения транзитного оборота:

- а) для крупных розничных торговых предприятий;
- б) по товарам простого ассортимента и скоропортящимся;
- в) указанное в пп. а, б;
- г) указанное в пп. а, б, а также по сложному ассортименту в пределах ниже минимальной нормы отгрузки.

34. Негативными моментами в транзитных операциях являются:

- а) уменьшение товарных запасов на складах оптовика, расширение товарного ассортимента;
- б) рост товарных запасов в розничной торговле, сужение товарного ассортимента;
- в) сокращение численности персонала, изменение организационной структуры предприятия;
- г) реорганизация деятельности предприятия.

35. Какая форма товародвижения более эффективна?

- а) транзитная;
- б) складская;
- в) складская однозвеньевая;
- г) правильный ответ не возможен без учета соответствующих условий товародвижения.

36. Товароснабжение розничной торговой сети - это:

- а) доведение товаров с производственных предприятий и оптовых баз до магазинов;

- б) транспортировка, погрузочно-разгрузочные работы;
- в) доведение товаров от производителей до конечного потребителя;
- г) перемещение товара от производителя к оптовику.

37. *Ритмичность поставки товаров - это:*

- а) завоз товаров на основе плановых графиков;
- б) завоз товаров через относительно одинаковые промежутки времени;
- в) поставка на основании прогрессивных технологических решений;
- г) поставка силами и средствами предприятий-поставщиков.

38. *Маятниковый маршрут — это:*

- а) график подачи автотранспорта поставщика;
- б) доставка товаров только в один магазин за один рейс;
- в) доставка за один рейс товары в несколько магазинов, размещенных на пути движения автомашины;
- г) путь движения товаров от места отправления до розничного предприятия.

39. *Скидка сконто - это скидки, которые предоставляются покупателям:*

- а) за объем купленного товара;
- б) за приобретение товара в период отсутствия основного спроса на него;
- в) за оплату товара ранее установленного срока или наличными;
- г) за покупку нового товара в случае возврата старого образца.

40. *Коммерческую деятельность лучше характеризует:*

- а) реальная чистая прибыль;
- б) объем продажи товаров;
- в) прибыль, которая облагается налогом;
- г) номинальная чистая прибыль.

41. *Заключение на бирже фьючерсного контракта на определенное количество товара по строго оговоренной цене с целью сглаживания резких колебаний цен - это:*

- а) хеджирование
- б) франчайзинг
- в) факторинг

42. *Метод ведения бизнеса, основанный на взаимовыгодном партнерстве крупного и мелкого предпринимательства с предоставлением начинающему предпринимателю права использовать уже отработанные технологии и уже известную, популярную торговую марку, получать консультации и содействие в организации бизнеса – это:*

- а) хеджирование
- б) франчайзинг
- в) факторинг

43. *Финансово – коммерческая услуга, при которой банк или какая – либо фирма приобретает у поставщика товаров его требования к покупателям с тем, чтобы в дальнейшем взыскать их с покупателей, и получает за это % с взысканной суммы и премию за риск – это:*

- а) хеджирование
- б) франчайзинг
- в) факторинг

44. *Правообладатель, предоставляющий за вознаграждение право использовать свои фирменные средства (товарный знак, ноу-хау), называется:*

- а) комитент
- б) франчайзер
- в) франчайзи
- г) дилер

45. *Создание предприятием специального резервного фонда для возмещения случайных потерь называется:*

- а) страхование
- б) самострахование
- г) хеджирование

46. *Как в ГК называется метод ведения бизнеса, именуемый в международной практике франчайзингом.*

- а) конверсия
- б) концессия

47. *Непредсказуемое изменение конъюнктуры рынка, мировой конъюнктуры акций и других ценных бумаг относится к:*

- а) неизбежному
- б) неопределенному риску

48. *Если компания имеет много единиц однотипного имущества, какой способ уменьшения коммерческого риска является предпочтительнее:*

- а) страхование
- б) создание резервного фонда.

49. *Фьючерсный контракт – это:*

- а) контракт с отсроченной оплатой
- б) контракт на еще не произведенный товар.

50. *Торгово-технологическое оборудование, транспорт, компьютеры, контрольно-кассовые аппараты относятся к:*

- а) активной части ОПФ
- б) пассивной части ОПФ
- в) основной части ОПФ

51. *Отношение стоимости ОПФ к численности работников – это:*

- а) фондооснащенность
- б) фондоотдача

52. *Рентабельность ОПФ – это:*

а) отношение прибыли к стоимости ОПФ
б) отношение количества нового оборудования к общему количеству оборудования

- в) отношение товарооборота к торговой площади.

53. *В проекте заложена неправильная стратегия развития бизнеса. К какой группе рисков это относится?*

а) Коммерческие риски, связанные с неправильным выбором экономических целей;

б) Коммерческий риск невыдерживания срока проекта.

в) Маркетинговый риск.

54. При осуществлении проекта стоимость оборудования, заложенная в инвестиционный этап, оказалась существенно меньше фактической. К какой группе рисков это относится?

а) Коммерческие риски, связанные с неправильным выбором экономических целей;

б) Маркетинговые риски капитальных закупок и технического снабжения проекта;

в) Риск не обеспечения инновационного проекта финансированием.

55. Фирма длительное время являлась монополистом в своей области. За последнее время у нее появилось два конкурента. К какой группе рисков это относится?

а) Общеэкономические риски;

б) Маркетинговые риски;

в) Финансовые риски;

г) Организационные риски;

д) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

56. Фирма заключила договор с контрагентом, который не выполнил заказ к установленному сроку из-за нехватки производственной мощности. К какой группе рисков это относится?

а) Общеэкономические риски;

б) Маркетинговые риски;

в) Финансовые риски;

г) Организационные риски;

д) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

57. В ходе подготовки площадки для организации строительных работ были созданы неудобства для жителей, проживающих в окрестных домах. К какой группе рисков это относится?

а) Общеэкономические риски;

б) Маркетинговые риски;

в) Финансовые риски;

г) Организационные риски;

д) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

58. Разработанная технология, составляющая основу проекта, была скопирована конкурентами и внедрена в их производство. К какой группе рисков это относится?

а) Общеэкономические риски;

б) Маркетинговые риски;

в) Финансовые риски;

- г) Организационные риски;
- д) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

59. В ходе реализации проекта выяснилось, что отходы производства должны быть захоронены в специальных хранилищах, в противном случае производство будет закрыто. К какой группе рисков это относится?

- а) Общеэкономические риски;
- б) Маркетинговые риски;
- в) Финансовые риски;
- г) Организационные риски;
- д) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

60. В чем выражается риск нелегальной имитации конкурентами принципиальных решений вашего продукта:

- а) Издержки, связанные с упущенной выгодой;
- б) Урон торговой марке из-за низкого качества;
- в) В данном случае риска нет.

61. В ходе реализации проекта возникает проблема, связанная с неудачной организацией сети сбыта. К какой группе рисков это относится?

- а) Общеэкономические риски;
- б) Маркетинговые риски;
- в) Финансовые риски;
- г) Организационные риски;
- д) Риски, связанные с обеспечением прав собственности по инновационному проекту.

62. Какие риски носят более катастрофический характер?

- а) Технические;
- б) Коммерческие.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тесты»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
4	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
3	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
2	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

Тематика курсовых работ

1. Организация и пути повышения эффективности розничной торговли продовольственными /непродовольственными товарами на примере конкретного торгового предприятия.

2. Организация оптовых закупок и пути повышения их эффективности.
3. Коммерческие операции по оптовой продаже товаров и расчет их эффективности.
4. Хозяйственные связи с поставщиками, их оптимизация и использование в условиях рыночной экономики.
5. Изучение и формирование спроса потребителей на примере конкретного торгового предприятия.
6. Оптовые ярмарки, порядок их работы и эффективность.
7. Организация, технология и управления складскими операциями на торговом предприятии.
8. Франчайзинг как способ коммерческой деятельности на рынке услуг.
9. Формирование ассортимента товаров в оптовой торговле и пути его совершенствования на примере конкретного торгового предприятия.
10. Организация особых форм продажи товаров и направление их развития.
11. Биржевая торговля как форма организации оптового рынка.
12. Коммерческий риск и пути его снижения.
13. Коммерческая деятельность на оптовом рынке и правила ее регулирования.
14. Виды и формы услуг на оптовом рынке.
15. Торговля как сфера коммерческой деятельности.
16. Субъекты и объекты коммерческой деятельности.
17. Основы организации товаропродвижения в коммерческой деятельности.
18. Лизинг как форма оптовой продажи товаров и направления его развития.
19. Имидж предприятия как форма эффективной коммерческой деятельности.
20. Структура и концепция управления коммерческой деятельностью на розничном / оптовом предприятии.
21. Коммерческие аспекты ценовой политики торгового предприятия.
22. Роль маркетинга и логистики в системе товарооборота.
23. Коммерческая деятельность на промышленном предприятии и анализ ее эффективности.
24. Организация и управления торгово-технологическими процессами в магазине.
25. Коммерческая деятельность розничного торгового предприятия и пути ее совершенствования.
26. Формирование коммерческой деятельности предприятий, разных форм собственности розничной торговли.
27. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью розничного торгового предприятия.
28. Комплексная оценка эффективности коммерческой деятельности розничных торговых предприятий

29. Развитие коммерческой деятельности розничного торгового предприятия во взаимодействии с маркетингом.

30. Формирование товарного ассортимента в магазине и пути его усовершенствования.

31. Организация закупки товаров на аукционах.

32. Организация оптовой продажи товаров и пути ее усовершенствования.

33. Коммерческая деятельность оптового торгового предприятия и пути ее усовершенствования.

34. Организация коммерческой деятельности по закупкам товаров на оптовом предприятии.

35. Организационные формы активизации продажи товаров в магазине и их эффективность.

36. Управление сбытом товаров на оптовом предприятии.

37. Формирование и развитие материально-технической базы коммерческой деятельности в розничном торговом предприятии.

38. Закупочная деятельность розничного торгового предприятия и ее эффективность.

39. Коммерческая информация и ее защита.

40. Товарная политика торгового предприятия.

41. Методологические аспекты конкурентоспособности фирмы в системе конкурентных отношений.

42. Организация развития электронной торговли в Луганском регионе.

43. Совместные предприятия как новая форма международных хозяйственных связей.

44. Роль рекламы в коммерческой деятельности фирмы.

45. Реинжиниринг как новая форма консалтинга.

46. Роль упаковки и маркировки в обеспечении коммерческого успеха фирмы.

47. Внемагазинные формы торговли, пути повышения их эффективности.

48. Мерчандайзинг в розничной торговле.

49. Услуги на рынке товаров в обеспечении коммерческой деятельности: виды, содержание, издержки в обращении товаров, получение прибыли.

50. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров предприятиями в новых условиях хозяйствования.

51. Организация и развитие оптовой/ розничной торговли в зарубежных странах.

52. Особенности коммерческой деятельности в сфере услуг.

53. Организация и пути повышения эффективности розничной торговли продовольственными (непродовольственными) товарами в магазине (на примере какой-либо группы товаров).

54. Методы продажи товаров в магазине и пути повышения их эффективности.

55. Влияние рекламы на активизацию продажи товаров в магазине.
56. Стимулирование продажи товаров в магазине.
57. Организация торговли товарами для детей и пути ее усовершенствования.
58. Организация продажи товаров в магазинах самообслуживания и пути ее усовершенствования.
59. Организация приемки товаров по количеству розничным торговым предприятием и пути ее усовершенствования
60. Организация приемки товаров по качеству розничным торговым предприятием и пути ее усовершенствования
61. Организация деятельности магазина и пути ее усовершенствования в условиях конкурентной среды.
62. Комплекс технологических процессов предприятий торговли и пути их усовершенствования (на примере продовольственных товаров).
63. Комплекс технологических процессов предприятий торговли и пути их усовершенствования (на примере непродовольственных товаров).
64. Организация работы продовольственного магазина в условиях усиления конкуренции.
65. Организация работы оптового торгового предприятия и резервы повышения его уровня.
66. Организация работы торгового центра и пути повышения эффективности его работы.
67. Электронная торговля как особый метод реализации товаров.
68. Организация фирменной торговли и ее коммерческое обеспечение в условиях рыночной экономики.
69. Организация торговли на рынках (на примере конкретного рынка).
70. Организация и технология предоставления дополнительных услуг в магазине и пути их усовершенствования.
71. Применение технологий мерчандайзинга в деятельности торгового предприятия.
72. Специализация розничного торгового предприятия как фактор повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования на потребительском рынке.
73. Современные технологии торгового обслуживания населения в предприятиях розничной торговли и их эффективность.
74. Тара и тарные операции в розничных торговых предприятиях, пути их усовершенствования.
75. Тара и тарные операции в оптовых торговых предприятиях, пути их усовершенствования.
76. Организация хранения товаров в магазине и пути их усовершенствования.
77. Организация хранения товаров на складе и пути их усовершенствования.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «курсовой работы»

Шкала оценивания	Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	<p>Работа выполнена по актуальной теме, в ней приведены критерии анализа проблемы, которая исследуется; предоставленные собственные исследования потребительских свойств товара и экспертная оценка показателей качества; указанные полученные научно-обоснованные результаты исследования. Работа выполнена с применением для расчетов компьютерных программ или собственных программных продуктов.</p> <p>Студент при защите должен уметь правильно формулировать ответ (по смыслу, логике и стилю), продемонстрировать глубокие знания и умение применять теоретические знания для практического решения актуальных вопросов, уметь отстаивать предложенные научно-теоретические и практические задания.</p> <p>Защита сопровождается использованием наглядных материалов, которые раскрывают сущность работы.</p>
хорошо (4)	<p>Работа выполнена по актуальной теме, в ней приведены критерии анализа проблемы, выявлен широкий профессиональный кругозор, умение логически мыслить. Однако в ответах допускаются неточности, которые не меняют сути вопроса.</p>
удовлетворительно (3)	<p>Курсовая работа и ее защита, главным образом, соответствуют тем требованиям, которые предъявляются к знаниям основного фактического материала. Однако в ответах недостаточно точно формулируются причинно-следственные связи между явлениями и процессами, оперирование фактами происходит на уровне запоминания. Работа не имеет подтверждения о реальности. Наглядное сопровождение работы недостаточное.</p>
неудовлетворительно (2)	<p>Курсовая работа и ее защита не соответствуют предъявляемым требованиям, студент не знает большей части фактического материала, что составляет теоретическую базу профессии, не умеет устанавливать причинно-следственные связи между явлениями и процессами, заучивши материал без его осознания.</p>

Оценочные средства для промежуточной аттестации (экзамен)

Теоретические вопросы

1. Сущность и задачи коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг.
2. Взаимосвязь коммерческой деятельности и конечных результатов работы торговых предприятий.
3. Личность коммерсанта в современных условиях, его деловые и профессиональные качества.
4. Организация и ведение деловых переговоров.

5. Понятие коммерческой информации, источники её получения: требования, предъявляемые к ней. Информационное обеспечение коммерческой деятельности.

6. Информация о конъюнктуре рынка и её использование в коммерческой деятельности.

7. Коммерческая тайна: понятие, правовое регулирование и организация защиты.

8. Виды и значение товарных знаков в коммерческой деятельности.

9. Понятие покупательского спроса, его виды и характеристика, методы изучения покупательского спроса.

10. Ассортиментная политика субъектов хозяйствования: понятие, сущность, задачи.

11. Порядок формирования и регулирования ассортимента товаров на предприятиях розничной торговой сети.

12. Порядок формирования ассортимента на оптовых предприятиях.

13. Сущность и содержание хозяйственных связей по поставкам товаров, их классификация и правовое регулирование.

14. Изучение и выбор поставщиков. Критерии отбора поставщиков-изготовителей товаров и поставщиков-посредников для установления хозяйственных связей.

15. Договор поставки: понятие, структура, отличительные признаки, способы заключения.

16. Сущность, содержание и принципы закупочной работы.

17. Операции процесса оптовых закупок товаров, их состав и характеристика.

18. Товарные ресурсы и их роль в повышении эффективности торговли.

19. Субъекты коммерческих операций, их классификация и характеристика.

20. Источники формирования товарных ресурсов: характеристика поставщиков-изготовителей товаров и поставщиков-посредников товаров.

21. Оптовые ярмарки как организационная форма оптовой торговли: понятие, классификация, преимущества заключения договоров на них.

22. Виды бирж, их характеристика задачи и функции товарных бирж, виды биржевых сделок.

23. Аукционная торговля: понятие, её значение, отличительные особенности, порядок проведения аукциона и оформление аукционной сделки.

24. Торги (тендеры): понятие, порядок организации и проведения.

25. Организация закупок товаров на оптовых рынках.

26. Содержание коммерческой работы по оптовой продаже товаров.

27. Формы и методы оптовой продажи товаров.

28. Коммерческая деятельность по организации стимулирования продаж.

29. Показатели оценки эффективности работы торговой организации.

30. Коммерческий риск и способы его уменьшения.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «промежуточный контроль (экзамен)»

Шкала оценивания экзамена	Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

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)

